

**Plan de negocio**  
**Pedals Innovation Custom SAS**

Jeisson Carabali Velazco  
Sindy Johanna Uribe Rangel

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Contaduría Pública  
Bogotá D.C  
2021

**Plan de negocio**  
**Pedals Innovation Custom SAS**

Jeisson Carabali Velazco  
Sindy Johanna Uribe Rangel

Director  
Jouseph Raul Rodriguez Lizarazo

Trabajo de grado para optar al título de Contador Público

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Contaduría Pública  
Bogotá D.C  
2021

## **Resumen**

Con la llegada de grandes cantidades de migrantes a la ciudad de Bogotá, las secuelas de la pandemia y sin contar las innumerables congestiones viales, los bogotanos se han visto obligados a tomar alternativas de movilización para llegar a sus lugares de trabajo o estudio de una manera rápida, cómoda y que ayude a mejorar sus condiciones de salud. El objetivo de este proyecto es consolidar la empresa Pedals Innovation Custom SAS, la cual tiene como objetivo la fabricación y comercialización de bicicletas Cruiser Custom chopper, cuyo toque de exclusividad y comodidad está basado en un diseño único por cliente. Estas bicicletas brindan una forma de movilidad eficiente, confiable y segura a quienes quieren transportarse con el mejor estilo y potencia. Se realizó una investigación de mercado, donde se aplicaron encuestas la primera etapa se realizó presencial y la segunda virtual, los resultados obtenidos permitieron tener datos más precisos de la posible ubicación de los puntos de ventas y a su vez el público al cual ofrecer el producto.

*Palabras clave:* Custom, Cruiser, Chopper, fabricación, comercialización, movilidad.

## **Abstract**

With the arrival of large numbers of migrants to the city of Bogotá, the aftermath of the pandemic and not counting the innumerable road congestions, Bogota citizens have been forced to take alternative mobilization to get to their places of work or study in a certain way. fast, comfortable and that helps to improve your health conditions. The objective of this project is to consolidate the company Pedals Innovation Custom SAS, which aims to manufacture and commercialize Cruiser Custom chopper bicycles, whose touch of exclusivity and comfort is based on a unique design per customer. These bikes provide an efficient, reliable and safe form of mobility for those who want to ride in the best style and power. A market research was carried out, where surveys were applied, the first stage was carried out in person and the second virtual, the results obtained allowed to have more precise data on the possible location of the points of sale and in turn the public to whom to offer the product.

*Keywords:* Custom, Cruiser, Chopper, manufacturing, marketing, mobility.

## Tabla de contenidos

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1      | Contextualización del negocio .....                           | 10 |
| 1.1    | Descripción del negocio .....                                 | 10 |
| 1.1.1. | Core bussines. ....   | 10 |
| 1.1.2. | Perfil de la empresa.....                                     | 10 |
| 1.2    | Perfil del emprendedor .....                                  | 10 |
| 1.3    | Resumen ejecutivo.....  | 11 |
| 2.     | Estudio del mercado y estrategia de mercadeo .....            | 14 |
| 2.1.   | Contexto del mercado.....                                     | 14 |
| 2.1.1. | Análisis PESTEL. ....   | 14 |
| 2.2.   | Mercado de competidores y proveedores .....                   | 18 |
| 2.2.1. | Análisis 5 fuerzas de Porter. ....                            | 18 |
| 2.2.2. | Validación propiedad intelectual. ....                        | 20 |
| 2.3.   | Estudio de mercado .....                                      | 20 |
| 2.3.1. | Propuesta de investigación de mercados cuantitativa. ....     | 20 |
| 2.3.2. | Instrumentos de investigación de mercados cuantitativos. .... | 20 |
| 2.3.3. | Informe de análisis y resultados.....                         | 20 |
| 2.4.   | Mercado del consumidor .....                                  | 25 |
| 2.5.   | Proyección de ventas .....                                    | 29 |
| 2.6.   | Estrategias de Mix – Marketing.....                           | 30 |
| 3.     | Gestión de las operaciones .....                              | 37 |
| 3.2.   | Capacidad de producción o servicio .....                      | 38 |
| 3.3.   | Activos fijos.....  | 39 |
| 3.4.   | Proceso de producción o ciclo del servicio.....               | 40 |
| 3.5.   | Flujograma de procesos .....                                  | 42 |
| 3.6.   | Distribución de planta.....                                   | 42 |
| 3.7.   | Localización.....   | 42 |
| 3.8.   | Seguridad industrial .....                                    | 44 |
| 4.     | Análisis organizacional .....                                 | 46 |
| 4.1.   | Estructura administrativa .....                               | 46 |
| 4.1.1. | Organigrama. ....   | 46 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 4.2.   | Necesidades de personal.....                       | 46 |
| 4.3.   | Manual de funciones.....                           | 49 |
| 5.     | Análisis jurídico .....                            | 55 |
| 5.1.   | Tipo de empresa.....                               | 55 |
| 5.2.   | Aspectos Tributarios (Municipales/Nacionales)..... | 56 |
| 5.3.   | Requisitos para formalizar la empresa.....         | 56 |
| 5.3.1. | Consulta de homonimia de la razón social.....      | 56 |
| 5.3.2. | Estatutos de constitución de la sociedad. ....     | 57 |
| 5.4.   | Requisitos para comercializar el producto.....     | 58 |
| 5.4.1. | Marca. ....  | 58 |
| 5.5.   | Requisitos para establecimiento de comercio.....   | 61 |
| 6.     | Análisis financiero.....                           | 63 |
| 6.1.   | Inversión total.....                               | 63 |
| 6.2.   | Presupuesto de ventas.....                         | 64 |
| 6.3.   | Presupuesto de gastos .....                        | 65 |
| 6.4.   | Estado de resultados proyectado.....               | 66 |
| 6.5.   | Estado de situación financiera proyectado .....    | 68 |
| 6.6.   | Flujo de caja proyectado.....                      | 69 |
| 6.7.   | Análisis indicadores financieros .....             | 70 |
|        | Referencias .....                                  | 73 |
|        | Anexos.....  | 74 |

## Lista de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Perfil Jeisson Carabali Velasco .....              | 10 |
| Tabla 2 Perfil Sindy Johanna Uribe Rangel .....            | 11 |
| Tabla 3 Metas por año .....                                | 13 |
| Tabla 4 Análisis Pestel .....                              | 14 |
| Tabla 5 5 Fuerzas de Porter .....                          | 19 |
| Tabla 6 Estratos .....                                     | 26 |
| Tabla 7 Toucpoint .....                                    | 31 |
| Tabla 8 Vivencias .....                                    | 32 |
| Tabla 9 Creencias .....                                    | 33 |
| Tabla 10 Objetivos .....                                   | 34 |
| Tabla 11 Indicadores .....                                 | 35 |
| Tabla 12 Materia prima 1 .....                             | 37 |
| Tabla 13 Materia prima 2 .....                             | 38 |
| Tabla 14 Capacidad de producción .....                     | 38 |
| Tabla 15 Activos fijos .....                               | 39 |
| Tabla 16 Análisis de localización por ponderación .....    | 42 |
| Tabla 17 Análisis por costos .....                         | 43 |
| Tabla 18 Análisis por costos: producción .....             | 43 |
| Tabla 19 Análisis y manejo de riesgos .....                | 45 |
| Tabla 20 Modalidad contratos .....                         | 47 |
| Tabla 21 Manual de funciones gerente general .....         | 49 |
| Tabla 22 Manual de funciones contador .....                | 50 |
| Tabla 23 Manual de funciones diseñador .....               | 51 |
| Tabla 24 Manual de funciones vendedor .....                | 52 |
| Tabla 25 Manual de funciones auxiliar administrativo ..... | 53 |
| Tabla 26 Manual de funciones ensamblador .....             | 54 |
| Tabla 27 Costos asociados a la constitución .....          | 58 |
| Tabla 28 Inversiones .....                                 | 63 |
| Tabla 29 Variables Macroeconómicas .....                   | 64 |
| Tabla 30 Presupuesto de ventas .....                       | 64 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 31 Presupuesto de gastos.....                     | 65 |
| Tabla 32 Presupuesto total gastos .....                 | 66 |
| Tabla 33 Estado de resultados proyectado .....          | 67 |
| Tabla 34 Estado de situación financiera proyectado..... | 68 |
| Tabla 35 Flujo de caja proyectado .....                 | 69 |
| Tabla 36 Indicador financiero: Liquidez.....            | 70 |
| Tabla 37 Indicador financiero: Solvencia .....          | 71 |
| Tabla 38 Indicador financiero: Rentabilidad.....        | 72 |



## **Introducción**

El presente documento tiene como fin dar a conocer la idea de negocio denominada PEDALS INNOVATION CUSTOM SAS la cual tiene por objetivo la fabricación y comercialización de bicicletas personalizadas tipo Custom y así mismo determinar la viabilidad del negocio.

Durante el desarrollo del proyecto se define el plan estratégico donde se estructuran misión, visión, objetivos importantes para el desenvolvimiento del negocio; seguidamente se describe el perfil de los emprendedores que participan en la formación de la propuesta y posterior investigación y sus roles dentro de la empresa, de igual manera se analizan las variables que impactan en el negocio de acuerdo con el mercado y que estrategias de marketing se pueden implementar para superar dichas barreras, para ello se tratan temas como el análisis PESTEL, los factores micro y macro económicos basados en el análisis de las 5 fuerzas de Porter.

Posteriormente se realiza la validación de propiedad intelectual mediante las herramientas tecnológicas, para descartar la existencia de una idea de negocio igual a la planteada. De acuerdo con lo anterior se procede a desarrollar la estructura jerárquica de la organización, la cantidad y calidad del personal, así como los procesos a seguir para el correcto funcionamiento de la entidad. De igual manera, se determinan los aspectos jurídicos que rigen el plan de negocio y cuáles son las responsabilidades frente lo que impone la ley y lo que requiere la DIAN.

Finalmente se encuentra en este documento el análisis financiero, donde se tratan temas como lo son la inversión total, como se conforman tanto las ventas como los gastos presupuestados, estados financieros proyectados y el análisis de indicadores financieros.

De acuerdo con el trabajo de investigación anteriormente mencionado y tras realizar el análisis financiero del plan de negocio se logra determinar si la idea de negocio es rentable, con respecto a la demanda del mercado es un producto que tiene buen acogimiento entre los clientes.

## 1 Contextualización del negocio

### 1.1 Descripción del negocio

#### 1.1.1. Core bussines.

PEDALS INNOVATION CUSTOM SAS es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bicicletas personalizadas, las cuales ofrecen un toque de exclusividad y un alto performance.

#### 1.1.2. Perfil de la empresa.

**1.1.2.1. Misión.** PEDALS INNOVATION CUSTOM SAS busca brindar una forma de movilidad, eficiente, confiable y segura a quienes quieren transportarse con el mejor estilo y potencia; sin dejar de preocuparse por conservar el medio ambiente, teniendo presente el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental en beneficio de las personas. Mediante la fabricación y comercialización de bicicletas personalizadas tipo Custom.

**1.1.2.2. Visión.** Ser en 2026 líderes en toda la región andina en el mercado de la personalización de bicicletas Custom.

**1.1.2.3. Valores.** La empresa PEDALS INNOVATION CUSTOMS SAS se va a regir por los siguientes valores:

- Compromiso
- Honestidad
- Eficiencia
- Creatividad
- Compromiso social

### 1.2 Perfil del emprendedor

Para este plan de negocio se cuenta con dos emprendedores, los cuales se mencionarán a continuación con su respectivo perfil:

Tabla 1.

*Perfil Jeisson Carabali Velasco*

|                           |  |
|---------------------------|--|
| FORMACIÓN/<br>EXPERIENCIA | Estudiante universitario de último semestre de Contaduría Pública, con conocimientos en contaduría pública desarrollando investigaciones en NIIF; experiencia de 2 años en administración de negocios encargándome del personal, manejo de efectivo, compras, gastos e inventario entre otros; así mismo |
|---------------------------|--|

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | cuento con experiencia en mecánica general de bicicletas como es: diseño, ensamble y cotización de partes de bicicletas entre otras. |
| ROL /PAPEL                    | Gerente y diseñador  |
| DEDICACIÓN                    | Tiempo completo como diseñador y parcialmente como gerente.  |
| CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS | Innovación, persistencia, pasión, visión, ambición, liderazgo y capacidad de resolución de problemas.                                |

*Nota:* Elaboración propia.

Tabla 2.

*Perfil Sindy Johanna Uribe Rangel*

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| FORMACIÓN/<br>EXPERIENCIA     | Estudiante de último semestre de Contaduría Pública, con experiencia de 6 años en el área contable manejando impuestos, causaciones, conciliaciones bancarias, manejo de software contable entre otros, 2 años en el área administrativa con el tema de recepción y envío de cotizaciones, seguimiento de clientes, atención al público, entre otras y en la parte financiera experiencia en análisis de estados financieros, presupuestos, manejo de cuentas bancarias, entre otras |
| ROL /PAPEL                    | Contadora  |
| DEDICACIÓN                    | Parcial  |
| CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS | Pasión, visión, liderazgo, capacidad de aprendizaje, optimismo, resolución de problemas y logro de resultados.   |

*Nota:* Elaboración propia.

### 1.3 Resumen ejecutivo

La empresa Pedals Innovation Custom SAS, tiene como objetivo principal la fabricación y comercialización de bicicletas Custom, las cuales ofrecen un toque de exclusividad y comodidad basado en un diseño único por cliente. Estas bicicletas brindan una forma de movilidad eficiente, confiable y segura a quienes quieren transportarse con el mejor estilo y potencia, además en terreno llano es más veloz que algunas bicicletas tradicionales y se ajusta a toda población, de acuerdo al estudio de mercado realizado.

El plan de negocios cuenta con una serie de ventajas competitivas que hacen único el producto que se ofrece, dentro de ellas se encuentra diseños de marcos únicos, además Pedals Innovation Custom SAS va a ser la primera empresa en fabricar y comercializar este tipo de bicicletas en Bogotá.

El equipo de trabajo para llevar a cabo la idea de negocio está compuesto por dos personas, en primer lugar esta Jeisson Carabali quien tendrá el cargo de Gerente, cuenta con experiencia en administración de negocios, además conoce el proceso de fabricación de bicicletas, teniendo así criterio para asesorar en la personalización del producto, en segundo lugar esta Sindy Uribe quien ocupará el cargo de contador público, teniendo amplio conocimiento en el área financiera y contable, esto fundamental para ser el apoyo en la toma de decisiones financieras y administrativas.

Con el fin de poner en marcha la idea de negocio Pedals Innovation Custom SAS incurrirá en la adquisición de un préstamo por **\$72 MM COP**, el cual se destinará para la compra de maquinaria y equipos necesarios para el desarrollo de la actividad, así mismo para cubrir los gastos iniciales en que se incurrirá para la formalización de la empresa.

Dentro del presupuesto de ventas del primer año se tiene contemplado **\$2.798 MM COP** que corresponde a la comercialización de 2.916 unidades de bicicletas, con los crecimientos que se están contemplando en el presupuesto, se proyecta recuperar la inversión en el tercer año.

Las metas propuestas para los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa Pedals Innovation Custom SAS se presentan a continuación.

Tabla 3.

## Metas por año

| INDICADOR           | METAS POR AÑO   |                 |                 |                 |                 |
|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                     | 1               | 2               | 3               | 4               | 5               |
| <b>EMPLEOS</b>      | 12              | 13              | 13              | 14              | 13              |
| <b>VENTAS</b>       | \$2.798.759.630 | \$2.961.087.688 | \$3.138.752.950 | \$3.327.078.127 | \$3.526.702.814 |
| <b>INVERSION</b>    | \$44.290.002    | 0               | 0               | 0               | 0               |
| <b>RENTABILIDAD</b> | -46,37%         | 15,60%          | 17,30%          | 16,54%          | 19,32%          |

Nota: Elaboración propia

## 2. Estudio del mercado y estrategia de mercadeo

### 2.1. Contexto del mercado

#### 2.1.1. Análisis PESTEL.

A continuación, se presenta el análisis pestel para la empresa Pedals Innovation Custom SAS

Tabla 4.

*Análisis Pestel*

| ANALISIS PESTEL              |  |  |
|------------------------------|--|--|
| PEDALS INNOVATION CUSTOM SAS |  |  |
| FACTORES EXTERNOS            | OPORTUNIDADES  | AMENAZAS   |
| <b>POLÍTICOS</b>             | <p><b>Iniciativas gubernamentales a favor de las empresas:</b> competitividad empresarial y el fortalecimiento de los emprendedores en el país.</p> <p><b>Políticas de subvenciones</b></p> <p><b>Cambios de gobierno:</b> Las decisiones que tome el nuevo gobierno pueden favorecer la industria de bicicletas.</p> <p><b>Políticas fiscales</b></p> | <p><b>Políticas fiscales:</b> Los modelos de retenciones y gravámenes pueden afectar el precio de nuestros productos.</p> <p><b>Cambio de gobierno:</b> Las decisiones que tome el nuevo gobierno pueden afectar la industria de bicicletas.</p> |
| <b>ECONÓMICOS</b>            | <p><b>Cambio de ciclo económico:</b> Los cambios se pueden presentar de una manera favorable, ya que se puede presentar un crecimiento.</p> <p><b>Tipo de interés:</b> Debido a la pandemia del COVID-19, la tasa de cambio ha tenido una disminución</p>  | <p><b>Cambio de ciclo económico:</b> pasar de una recuperación a una recesión</p> <p><b>Migración de venezolanos:</b> La economía se ve afectada por estas migraciones, ya que el país no cuenta con los ingresos necesarios</p>                 |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>quedando así actualmente en el 3.75%.</p> <p><b>Tipo de cambio:</b> Esto favorece en la medida que se encuentre estable, actualmente la TMR oscila en \$3.800.</p> <p><b>Política económica del gobierno</b></p> <p><b>Cambios en normativa fiscal</b></p> <p><b>Fuentes de financiación:</b> De acuerdo a las disposiciones del gobierno los apoyos económicos son una buena oportunidad de crecimiento.</p> <p><b>Aumento del precio de la gasolina</b></p> <p><b>Apoyo económico a emprendedores:</b> Con estas ayudas se fomenta la creación de nuevas ideas de negocio.</p> | <p>para mantener a estas familias.</p> <p><b>Inflación:</b> Disminución del valor de la moneda frente al dólar.</p> <p><b>Política económica del gobierno:</b></p> <p><b>Tipo de interés:</b> Puede ser una amenaza en el momento que por consecuencia de la pandemia se decida realizar el aumento en la tasa de interés.</p> <p><b>Tipo de cambio:</b> El crecimiento de la TMR que puede perjudicar la importación de mercancía extranjera</p> <p><b>Cambios en normativa fiscal.</b></p> <p><b>Disminución de los precios de las bicicletas tradicionales:</b> Esto representa una gran amenaza ya que puede desmejorar las oportunidades de oferta en el mercado.</p> <p><b>Impacto del coronavirus en la economía:</b> Como es sabido estamos propensos a dificultades económicas debido a la pandemia.</p> |
|--|---|---|

|               |  |  |
|---------------|--|--|
| <b>SOCIAL</b> | <p><b>Conciencia por la salud:</b> Debido a el confinamiento las personas aumentaron de peso y por ello buscan la forma de bajar esos kilos demás por medio del deporte.</p> <p><b>Programación de ciclovías:</b> La programación de ciclovías por parte de la secretaría de movilidad incentiva el uso de la bicicleta.</p> <p><b>Edad de la población:</b> Tras las pérdidas de personas de la tercera edad ocasionadas por el virus COVID 19, muchas de las personas que toman su lugar son jóvenes que hacen parte de nuestros potenciales clientes.</p> <p><b>Patrones culturales:</b> Al ser nombrados como la capital de la bicicleta Bogotá es una ciudad donde alrededor de 890 mil habitantes usan la bicicleta.</p> <p><b>Nivel de ingresos:</b> Al aumentar el ingreso de las familias, asimismo aumentan las compras.</p> | <p><b>Cambios de hábitos de consumo:</b> Las personas tienden a dejar de lado el uso de la bicicleta para transportarse a sus lugares de trabajo debido al cansancio que genera recorrer largas distancias.</p> <p><b>Estructura familiar</b></p> <p><b>Nivel de ingresos:</b> Debido a la pandemia muchas familias tuvieron una disminución en sus ingresos.</p> <p><b>Cuarentena:</b> Nos afecta en la medida que se restrinja la salida de las personas de sus casas ya sea a laborar o a realizar sus actividades diarias.</p> |
|               | <b>TECNOLÓGICO</b>   | <p><b>Disminución de los costos de acceso a nuevas tecnologías:</b> Disminución de precios.</p> <p><b>Nuevas formas de producción y distribución:</b> Son de gran ayuda ya</p>   |



|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
|                   | que favorecen el ahorro en mano de obra y agilizan los procesos.   |   |
| <b>ECOLÓGICOS</b> | <p><b>Aumento de la contaminación:</b><br/>Fomenta el uso de tecnología limpias, disminuyendo el uso de los vehículos a motor de combustión e incentivando el uso de la bicicleta.</p> <p><b>Interés por la conciencia social y ecológica</b></p>  | <p><b>Escasez de materias primas:</b> Debido a la pandemia COVID 19 muchos vuelos internacionales fueron cancelados lo de paraliza muchas economías productivas.</p>  |
| <b>LEGALES</b>    | <p><b>Leyes de propiedad intelectual:</b> Es importante conocer todo lo relacionado con el registro de la patente y en qué oficinas se puede realizar este trámite.</p> <p><b>Leyes sobre sectores regulados:</b><br/>Conocer los sectores que están relacionados con el objeto social de la idea de negocio y tener claro el derecho de competencia.</p> <p><b>Leyes sobre empleo:</b> tener el conocimiento de que leyes regulan el correcto funcionamiento de una empresa en cuanto al talento humano, y las condiciones de empleo.</p> | <p><b>Leyes sobre empleo:</b> Aumento de los salarios y adecuación de los puestos de trabajo.</p> <p><b>Leyes de protección al consumidor:</b><br/>Aumento de los costes de producción ya que el producto debe llevar ciertas características que lo haría más costoso.</p> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <p><b>Leyes de salud y seguridad laboral:</b> Contar con todos los elementos de bioseguridad necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa y garantizar así la integridad y salud de las personas que trabajan en este lugar.</p> <p><b>Leyes de protección al consumidor:</b> Conocer cuáles son los derechos y deberes de nuestros clientes.</p> <p><b>Leyes de protección medioambiental:</b> Protegen y dan incentivos a empresas como la nuestra que buscan el cuidado del medio ambiente.</p> |  |
|--|--|--|

*Nota:* Elaboración propia.

## **2.2. Mercado de competidores y proveedores**

### **2.2.1. Análisis 5 fuerzas de Porter.**

A continuación, se muestran las 5 fuerzas de Porter que se identificaron para este plan de negocio:

Tabla 5.

5 Fuerzas de Porter

**5 FUERZAS DE PORTER**

**AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES**

El mercado de bicicletas principalmente en Colombia cada día aumenta su demanda debido a los constantes viajes que realizan los diversos usuarios; por tal razón este tipo de personas tienden a comprar las bicicletas que se ofrecen en el mercado y no exactamente la que ellos realmente buscan, es por ello que en el mercado nacional no encontramos grandes competidores con una propuesta diferente en cuanto a bicicletas personalizadas, puesto que las personas que se dedican a ello son muy pocas y no se dedican de lleno a ello.

**RIVALIDAD Y COMPETENCIA DEL MERCADO**

La rivalidad entre los competidores con quienes participamos es baja, ya que ninguna de las empresas a mencionar ha tenido un gran impacto en el mercado colombiano. Estas son: BOBBER ubicada en Cali y a nivel internacional tenemos a BICICUSTOM Y BIKELEC ambas localizadas en España.

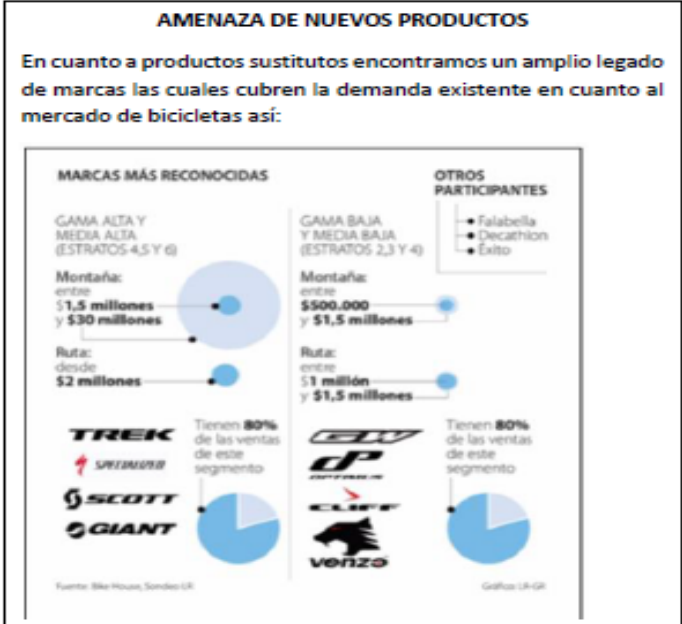
**PODER DE NEGOCIACION CON PROVEEDORES**

Para el tipo de producto a ofrecer nos encontramos con varios proveedores a nivel local, pero optamos por importar los productos que se necesitan, ya que en el comercio exterior hay mas variedad y ofrecen mayor calidad.

**PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES**

Las características a ofrecer del producto a nuestros clientes son:

1. Sillín el cual tiende a ser muy cómodo en largos trayectos lo que evita las molestias a las que se esta expuesto al utilizar los sillines tradicionales
2. El estilo personalizado del marco permite sobresalir frente a la bicicleta tradicional y mantenerse a la vanguardia
3. En caso de ser hurtada la bicicleta se facilita su búsqueda al ser única y totalmente personalizada
4. Su estilo aerodinámico le permite alcanzar altas velocidades
5. Entre las opciones de personalización se encuentra una farola led la cual es muy útil en lugares donde no es muy buena la iluminación
6. Las bicicletas cuentan con un tenedor de suspensión bastante confortable el cual muy útil en lugares donde no es muy bueno el estado de las vías
7. Contamos con un sistema antipinchazos el cual ayuda a reducir las molestias causadas por pinchazos inesperados
8. Se cuenta con una opción de marco plegable el cual es de gran ayuda al momento de parquear en un sitio reducido de espacio o ingresarla a su apartamento



Nota: Elaboración propia

Nota: La república (2019)

### **2.2.2. Validación propiedad intelectual.**

Para realizar la validación de propiedad intelectual, se indagó en diferentes fuentes como lo son oficinas de patentes, información del mercado y bases de datos. (Ver Anexo 1).

De acuerdo con las búsquedas anteriores se pudo concluir que ni en oficinas de patentes, ni en información del mercado, ni en las bases de datos, se encuentra un proyecto relacionado con las especificaciones de nuestra idea de negocio en Colombia, ya que, según los hallazgos, estos se encuentran en otros países. Ninguno de los proyectos afecta nuestro modelo de negocio, puesto que las bicicletas que vamos a desarrollar son Custom.

## **2.3. Estudio de mercado**

### **2.3.1. Propuesta de investigación de mercados cuantitativa.**

El método escogido para realizar la investigación de mercados fue la encuesta, para ello se planteó un formato de encuesta piloto el cual se aplicó a 10 personas (Ver Anexo 2), con el fin de determinar los cambios para realizar la encuesta final.

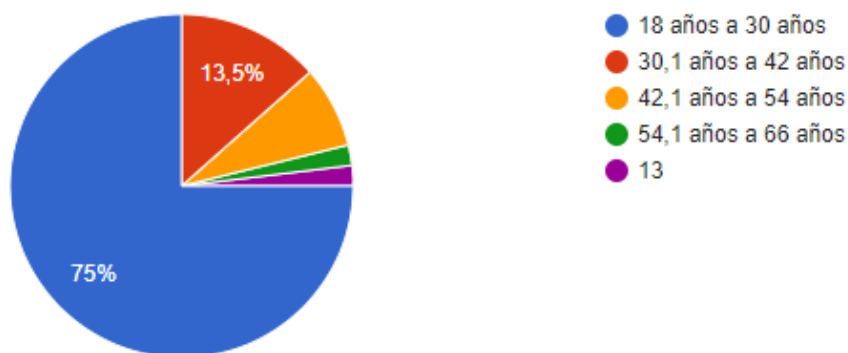
### **2.3.2. Instrumentos de investigación de mercados cuantitativos.**

Con el fin de realizar la investigación de mercados se realizó la encuesta definitiva de 10 preguntas por medio del formato de encuestas dispuesto en Google, el cual se aplicó a 52 personas (Ver Anexo 3).

### **2.3.3. Informe de análisis y resultados.**

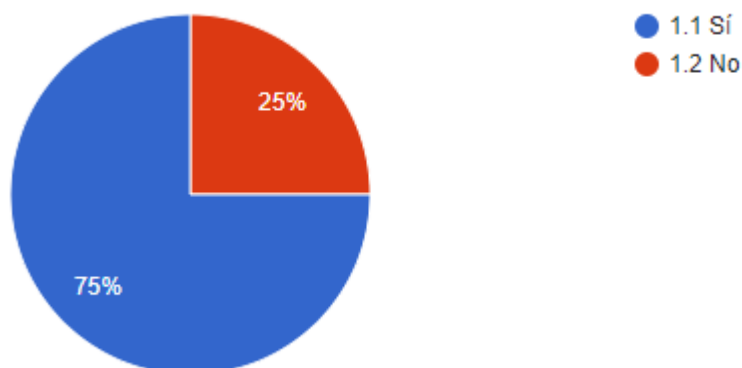
De acuerdo con la encuesta realizada a 52 personas se pudo realizar el siguiente análisis por cada pregunta:

0. El 75% de los encuestados oscilan entre los 18 y 30 años, lo que nos apunta a nuestros potenciales compradores.



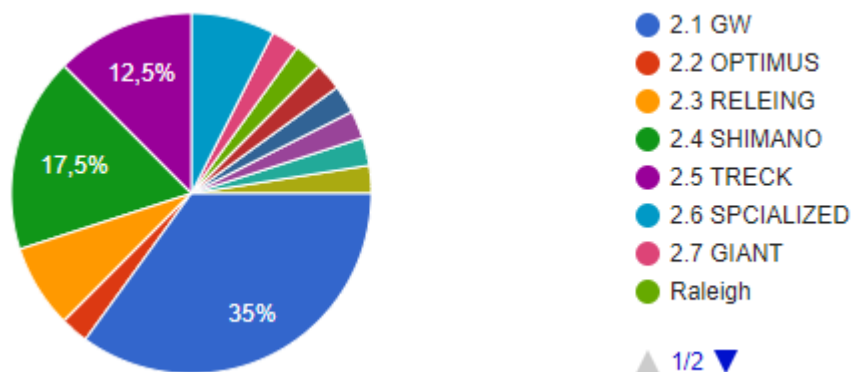
**Figura 1.** Respuesta 0 edades encuestados. Elaboración propia.

1. El 75% de los encuestados indican que compran bicicletas lo que nos muestra que aún sigue en movimiento la comercialización de bicicletas.



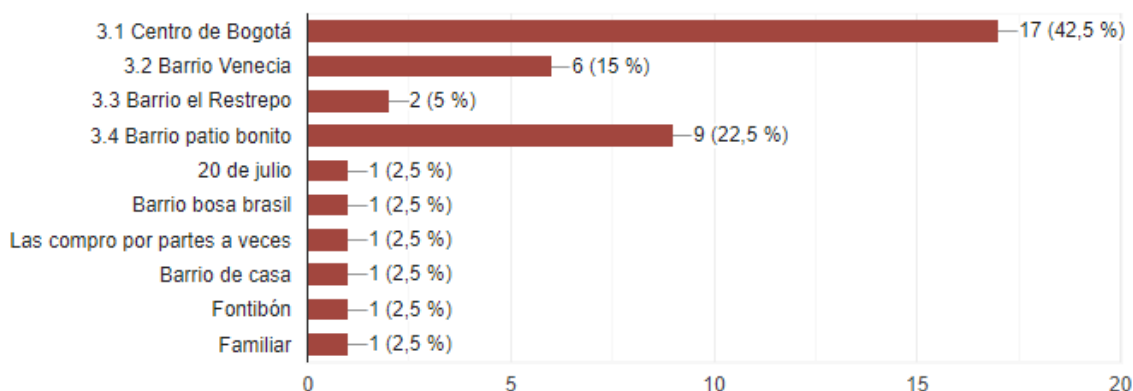
**Figura 2.** Respuesta 1 encuesta. Elaboración propia

2. El 35% de los encuestados apuntan hacia GW como marca preferida para compra, lo que nos lleva a tomar dicha marca como nuestro principal rival comercial.



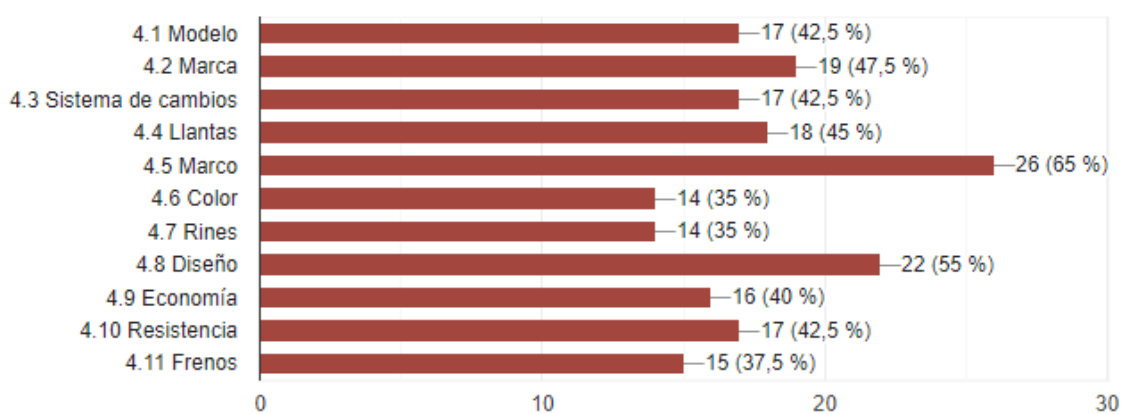
**Figura 3.** Respuesta 2 encuesta. Elaboración propia

3. El 42,5% de los encuestados indican que compran bicicletas en el centro de Bogotá, lo que nos lleva a tomar como consideración ubicar nuestro punto de venta en dicha localidad.



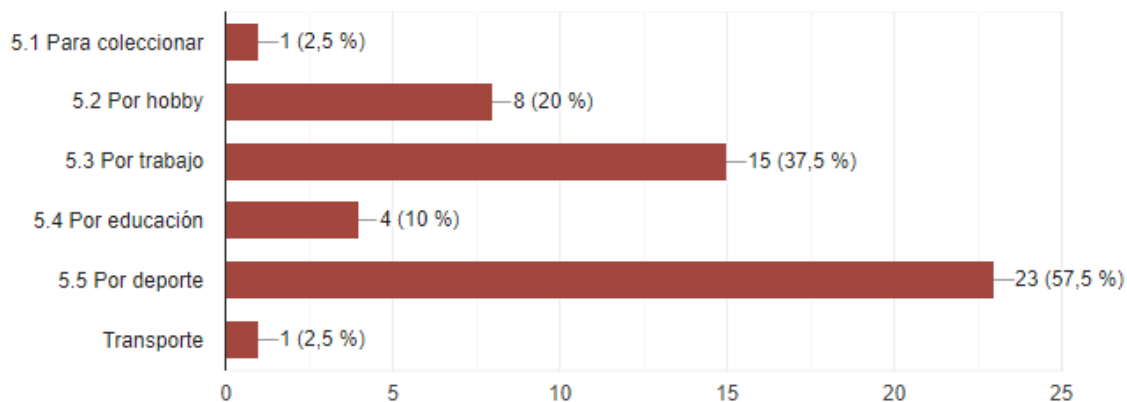
**Figura 4.** Respuesta 3 encuesta. Elaboración propia

4. Los aspectos más relevantes de los encuestados a la hora de comprar una bicicleta radican en el marco, su diseño y la marca; lo que nos lleva a concluir que debemos posicionarnos fuertemente en el mercado para ser reconocidos mediante nuestros diseños únicos en Marcos personalizados.



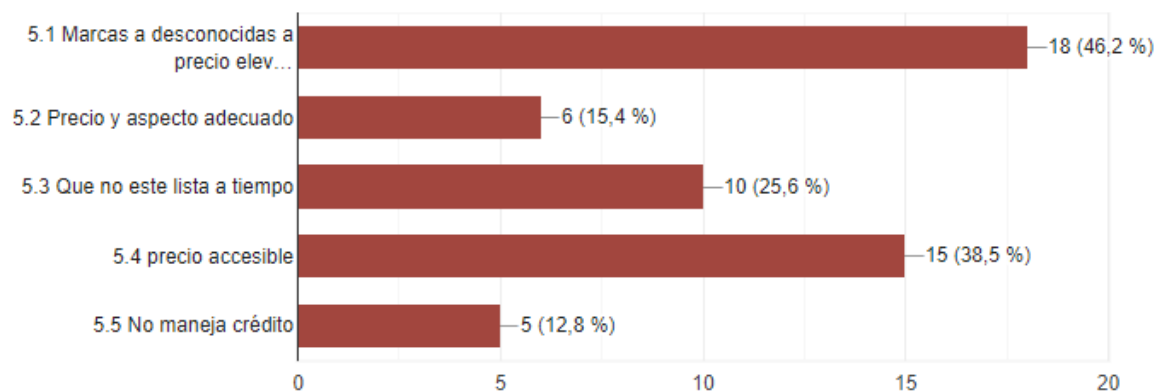
**Figura 5.** Respuesta 4 encuesta. Elaboración propia

5. Los motivos más importantes a la hora de comprar bicicleta por parte de los encuestados son deporte y por trabajo. Aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de diseñar el Marco y hacer la bicicleta cómoda para esos tipos de actividades.



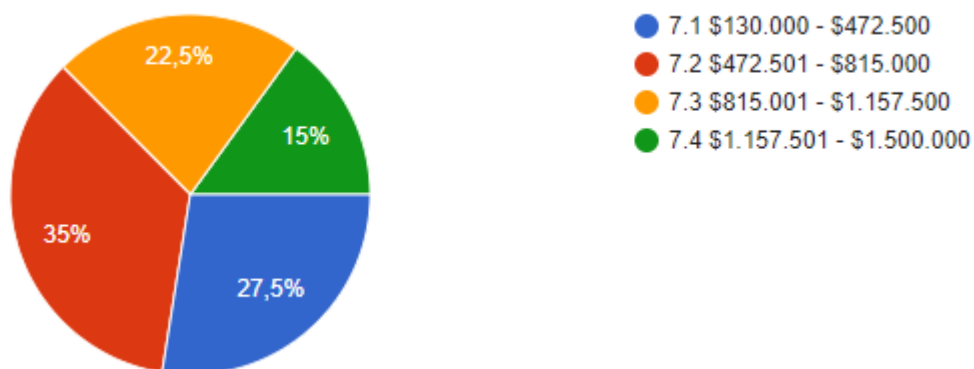
**Figura 6.** Respuesta 5 encuesta. Elaboración propia

6. A los encuestados les disgusta que marcas desconocidas vendan productos a altos precios y su vez que las bicicletas en general no sean tan accesibles al público. Lo que nos lleva a tomar una consideración en cuanto a ofrecer un producto que por su precio ofrezca excelentes prestaciones y a su vez darnos a conocer por el público rápidamente.



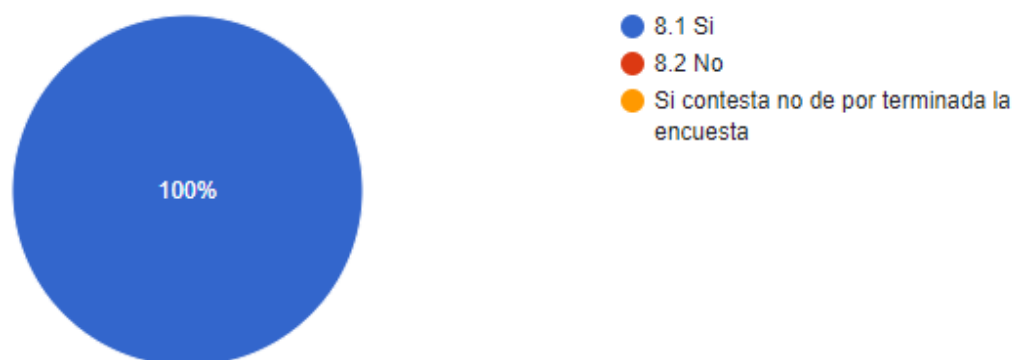
**Figura 7.** Respuesta 6 encuesta. Elaboración propia

7. El 35% de los encuestados invierten entre \$450.000 y \$850.000 en una bicicleta, por esta razón nuestras bicicletas se ajustan al portafolio de productos.



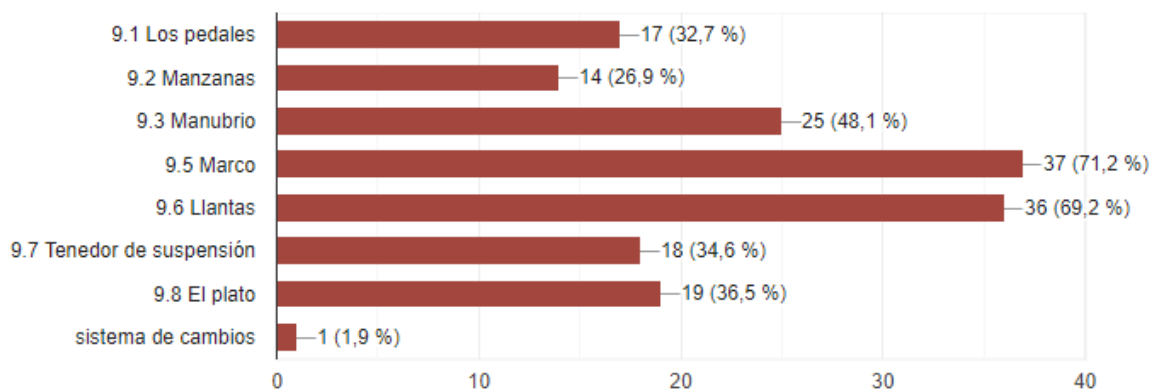
**Figura 8.** Respuesta 7 encuesta. Elaboración propia

8. El 100% indica que si comprarían una bicicleta personalizada lo que nos muestra que podríamos llegar a tener una gran demanda por parte del público.



**Figura 9.** Respuesta 8 encuesta. Elaboración propia

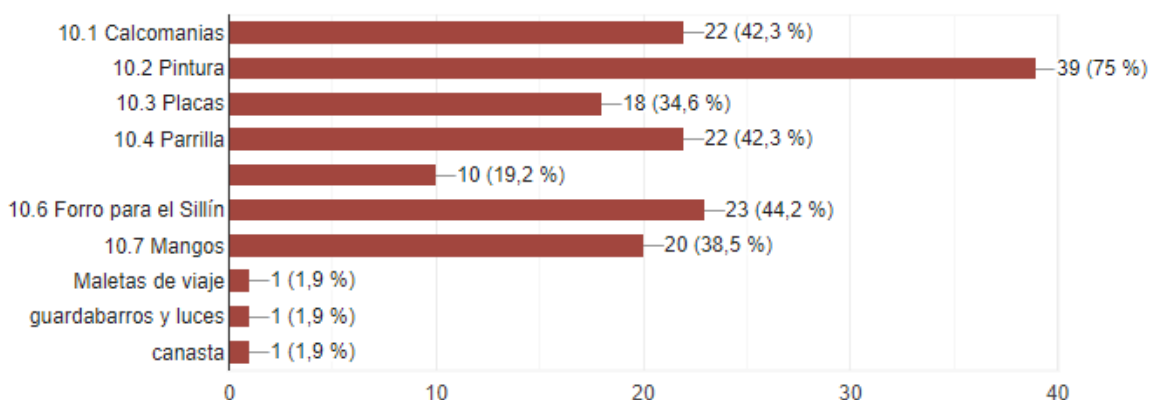
9. Los aspectos más relevantes a la hora de personalizar la bicicleta radican en el marco y las llantas, que es parte fundamental de nuestro objeto de negocio.



**Figura 10.** Respuesta 9 encuesta. Elaboración propia



10. En cuanto a accesorios las personas prefieren la pintura y calcomanías entre otros accesorios; lo que nos lleva a tomar en consideración estilos de pintura única y estilos especializados.



**Figura 11.** Respuesta 10 encuesta. Elaboración propia

## 2.4. Mercado del consumidor

Tras la obtención de datos de la encuesta definitiva se logró determinar que:

Los clientes potenciales son personas de estrato 3 a 6, los usuarios de la bicicleta son personas entre los 18 a los 64 años, cualquier género dirigida a personas situadas en las localidades de Kennedy, Suba, Chapinero, Engativá y Teusaquillo.

- Indicador grupo objetivo

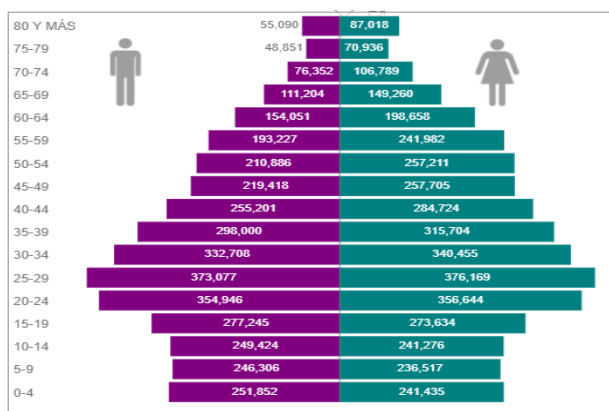
$$GO = \left( \% \frac{Genero}{100} \right) * \left( \% \frac{Edad}{100} \right) * \left( \% \frac{Estrato}{100} \right) * \left( \% \frac{Ubicacion}{100} \right)$$

1. Genero= Femenino y masculino

Mujeres 51.2%

Hombres 48.8%

**Genero= (100/100)**



2. Edad= 18 a 64 años

7.743.955 → 100%

5.020.766 → 64,834648%

**Edad= (64,834648/100)**

3. Estrato=3 a 6

Tabla 6.

*Estratos*

| Estratos de Bogotá | Ingreso per cápita | Porcentaje |
|--------------------|--------------------|------------|
| 1 (Bajo - bajo)    | Menos de un sml.** | 9,3        |
| 2 (Bajo)           | Entre 1 y 3 sml.   | 42,7       |
| 3 (Medio - bajo)   | Entre 3 y 5 sml.   | 30,2       |
| 4 (Medio)          | Entre 5 y 8 sml.   | 9,1        |
| 5 (Medio - alto)   | Entre 8 y 16 sml.  | 3,7        |
| 6 (Alto)           | Más de 16 sml.     | 1,7        |

\*\*Salario Mínimos Legales Mensuales

Nota: Departamento Nacional de Planeación (2015)

**Estrato= (44.7/100)**

4. Ubicación= 5 localidades

20 localidades

**Ubicación= (25/100)**

Se reemplaza la formula con los datos obtenidos

$$GO = \left(\frac{100}{100}\right) * \left(\frac{64,834648}{100}\right) * \left(\frac{44,7}{100}\right) * \left(\frac{25}{100}\right)$$

$$GO = 1 * 0,64834648 * 0,447 * 0,25$$

$$GO = 0,0724527$$

- Población final que si compra

$$PFS = PF * \left(\frac{\%SI}{100}\right) * GO$$

$$PF = 7.743.995$$

$$\% SI = 75$$

$$GO = 0,0724527$$

$$PFS = 7.743.995 * \left(\frac{75}{100}\right) * 0,0724527$$

$$PFS = 420.805,009902$$

- Demanda

$$D = PFS * CC * Qx$$

1. Cantidad de compras=

| PREGUNTA | FRECUENCIA | TOTALES | UND TIEMPO | UT*TOTAL |
|----------|------------|---------|------------|----------|
| 5.1      | 6 meses    | 2       | 2          | 4        |
| 5.2      | 1 año      | 12      | 1          | 12       |
| 5.3      | 2 años     | 18      | 0,5        | 9        |
| 5.4      | 3 años     | 20      | 0,33       | 6,6      |
|          |            | 52      |            | 31,6     |

$$CC = 32,6/52$$

$$CC = 0,607692$$

2. Cantidad promedio de unidades compradas=

| PREGUNTA | CANTIDAD | TOTALES | MARCA DE CLASE | MC* TOTAL |
|----------|----------|---------|----------------|-----------|
| 6.1      | 1 - 2    | 36      | 1,5            | 54        |
| 6.2      | 3 - 4    | 4       | 3,5            | 14        |
|          |          | 40      |                | 68        |

$$Q_x = 68/40$$

$$Q_x = 1,7$$

Se reemplaza la formula con los datos obtenidos

$$D = 420.805,009902 * 0,607692 * 1,7$$

$$D = 434.723,72473$$

- Valor total del mercado

$$VTM = D * P_x$$

1. Precio Promedio

| PREGUNTA | INVERSION         | TOTALES | MARCA DE CLASE | MC* TOTAL |
|----------|-------------------|---------|----------------|-----------|
| 7.1      | 130000 - 427500   | 11      | 278750         | 3066250   |
| 7.2      | 472501 - 815000   | 14      | 643751         | 9012514   |
| 7.3      | 815001 - 1157500  | 9       | 986251         | 8876259   |
| 7.4      | 1157501 - 1500000 | 6       | 1328751        | 7972506   |
|          |                   | 40      |                | 28927529  |

$$I_x = 28927529/40$$

$$I_x = 723188,225$$

$$P_x = \frac{I_x}{Q_x}$$

$$P_x = \frac{723.188,225}{1,7}$$

$$P_x = 425.404,838235$$

Se reemplaza la formula con los datos obtenidos

$$VTM = 434.723,72473 * 425.404,838235$$

$$VTM = 184.933.575.795$$

- Demanda de la compañía

$$DCIA = D * \left(\frac{\text{compraria}}{100}\right) * \left(\frac{1}{N}\right)$$

$$DCIA = 434.723,72473 * \left(\frac{100}{100}\right) * \left(\frac{1}{149}\right)$$

$$DCIA = 2.917,6088882$$

$$DEMANDA DEL MES = \frac{2.917,6088882}{12} = 243$$

$$DEMANDA DEL DIA = \frac{2.917,6088882}{360} = 8$$

- Ventas de la compañía

$$VENTAS = DCIA * Px$$

$$VENTAS = 2.917,6088882 * 425.404,838235$$

$$VENTAS = 1.241.164.937,11$$

$$VENTAS DEL MES = \frac{1.241.164.937,11}{12} = 103.430.411,425$$

$$VENTAS = \frac{1.241.164.937,11}{360} = 3.447.680,38086$$

## 2.5. Proyección de ventas

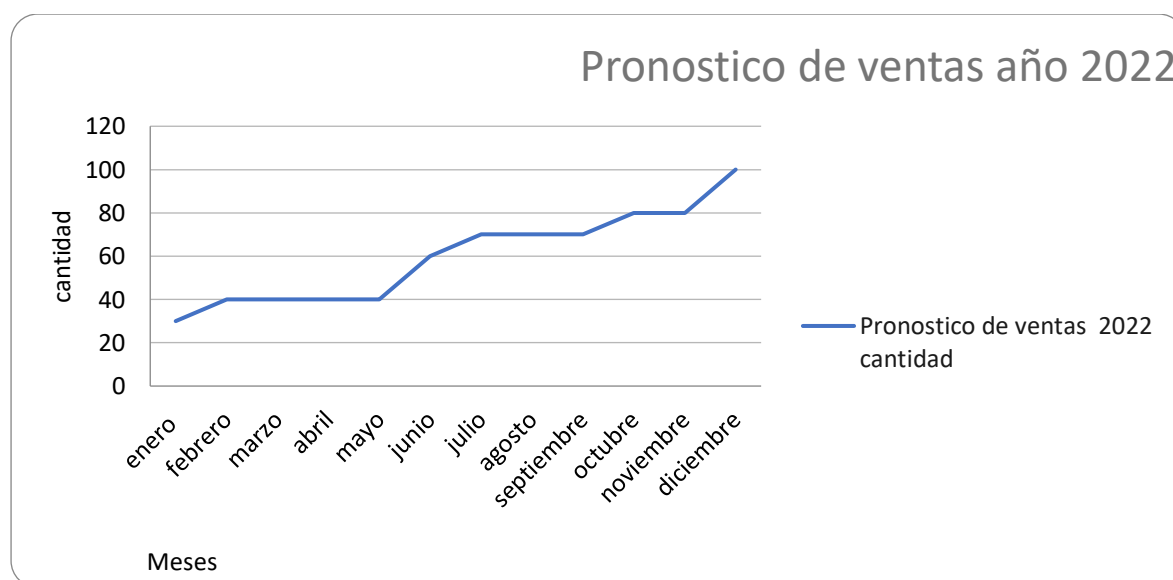
### Pronóstico de ventas 2022

**\$ 1.723.834,00 VALOR UNITARIO**

| Meses      | Cantidad | Total, ventas  |
|------------|----------|----------------|
| enero      | 30       | \$ 51.715.020  |
| febrero    | 40       | \$ 68.953.360  |
| marzo      | 40       | \$ 68.953.360  |
| abril      | 40       | \$ 68.953.360  |
| mayo       | 40       | \$ 68.953.360  |
| junio      | 60       | \$ 103.430.040 |
| julio      | 70       | \$ 120.668.380 |
| agosto     | 70       | \$ 120.668.380 |
| septiembre | 70       | \$ 120.668.380 |

|           |     |    |             |
|-----------|-----|----|-------------|
| octubre   | 80  | \$ | 137.906.720 |
| noviembre | 80  | \$ | 137.906.720 |
| diciembre | 100 | \$ | 172.383.400 |

**VENTAS ANUALES \$ 1.241.160.480**



**Figura 12.** Gráfico pronóstico de ventas. Elaboración propia

## 2.6. Estrategias de Mix – Marketing

A continuación, se presenta el Journey map donde se identifican las estrategias de marketing a implementar.

## JOURNEY MAP

### 1. Touchpoint e interacciones contadas en una historia

Tabla 7.

*Touchpoint*

| <b>Journey Map</b>                                  | <b>Conocimiento</b>                            | <b>Consideración</b>                                  | <b>Compra</b>                   | <b>Retención</b>  | <b>Recomendación</b>   |
|---|--|---|---------------------------------|---|--|
| ¿Cuáles son los puntos de contacto de esta persona? | Internet<br>televisión<br>radio                | lugares más cercanos donde pueda adquirir el producto | llegar al punto de venta        | número telefónico, página web, redes sociales de la compañía donde compra el producto         | redes sociales, voz a voz  |
| ¿Qué tareas realiza hay?                            | Buscar información relacionada con el producto | realizar comparaciones de productos                   | realizar la compra del producto | buscar la forma de realizar mantenimientos periódicos y compra de accesorios a dicho producto | pasar la voz a los más allegados de su experiencia con el producto |
| ¿Qué otros personajes participan en la historia?    | la familia, la pareja, amigos                  | personas desconocidas que tengan el producto          | vendedor                        | asesores comerciales  | conocidos  |

|  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|---|---|
| ¿Qué emociones se presentan?             | felicidad, le gusta lo que ve, le sorprende          | genera dudas, incertidumbre            | alegría, satisfacción                                | tranquilidad  | sentido de pertenencia                    |
| ¿Qué fricciones influyen en la historia? | el no contar con el dinero para adquirir el producto | realizar comparaciones resulta tedioso | impotencia al no saber con anterioridad del producto | los horarios de atención no se ajustan al tiempo que el cliente dispone | que el producto no llegue a ser accesible |

*Nota:* Elaboración propia

## 2. vivencias

Tabla 8.

### *Vivencias*

| <b>Journey Map</b>                            | <b>Conocimiento</b>                          | <b>Consideración</b>                  | <b>Compra</b>                     | <b>Retención</b>   | <b>Recomendación</b>  |
|---|--|---------------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| ¿qué situaciones activan emociones positivas? | un buen anuncio publicitario                 | encontrar el producto correcto        | que manejan precios accesibles    | excelente servicio post venta en el que estén pendientes del cliente y su producto | que la persona recomendada compre el producto y le guste igual o más que quien lo recomendó |
| ¿qué situaciones activan                      | el no encontrar información del producto con | no encontrar productos similares para | demora en la entrega del producto | inconsistencias en el ensamble del producto  | que a quien se recomiende el producto tenga inconsistencias al                              |



|                        |           |          |  |  |                                 |
|------------------------|-----------|----------|--|--|---------------------------------|
| emociones<br>negativas | facilidad | comparar |  |  | momento de la compra y<br>demás |
|------------------------|-----------|----------|--|--|---------------------------------|

*Nota:* Elaboración propia

### 3. creencias

Tabla 9.

#### *Creencias*

| <b>Journey map</b>            | <b>conocimiento</b>            | <b>consideración</b>               | <b>compra</b>   | <b>Retención</b>                       | <b>Recomendación</b>  |
|-------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|---|--|---|
| creencia de avance de negocio | innovación en los productos    | variedad de modelos y estilos      | buen servicio al cliente y disposición de los empleados | seguimiento y acompañamiento constante | ofertas promocionales a quien recomiende nuestros productos |
| creencia de freno de negocio  | poca experiencia en el mercado | existencia de competidores fuertes | precios que se manejan                                  | ubicación del local no es muy visible  | fallos constantes de fabrica                                |

*Nota:* Elaboración propia

## 4. objetivos

Tabla 10.

*Objetivos*

| <b>Journey Map</b>                                 | <b>Conocimiento</b>   | <b>Consideración</b>   | <b>Compra</b>  | <b>Retención</b>  | <b>Recomendación</b>   |
|--|---|--|--|---|--|
| objetivos para apoyar las ventas:                  | darnos a conocer en toda el área metropolitana                    | explorar posibles mercados en otras ciudades y municipios aledaños | tener en cuenta todas y cada una de la petición del cliente al momento de la compra, para ofrecer un buen servicio | tomar los datos del comprador: programando mantenimientos y ofreciéndole accesorios | ofrecer promociones en cuento a la compra de nuestros productos, incluyendo regalos o descuentos para quienes recomienden nuestros productos |
| objetivos para mejorar la satisfacción del cliente | realizar un seguimiento semanal del grupo de trabajo y las quejas | desarrollar encuestas de satisfacción del producto final           | mejorar los tiempos de entrega   | ofrecer asesorías personalizadas post compra  | mostrar videos de los clientes después de la compra  |

|                                     |                        |   |   |  |   |
|-------------------------------------|------------------------|---|---|--|---|
| objetivos para mejorar los procesos | capacitar mensualmente | reemplazar parte de personal por máquinas | mostrar un diagrama al cliente del proceso de ensamble de su producto     | Tener en cuenta quienes son nuestros mejores clientes para ofrecerles productos con descuentos | ofrecer alternativas de ahorro programado para que los clientes puedan obtener su producto en un determinado tiempo |
| objetivos para mejorar los costos   | reducir los costos     | cambiar de proveedores                    | Buscar proveedores en la misma zona para reducir los costos de transporte | Identificar la demanda por meses para así mismo elaborar el producto                           | tener presente los proveedores por zonas los cuales nos ofrecen los mejores productos                               |

*Nota:* Elaboración propia

### 5. indicadores

Tabla 11.

#### *Indicadores*

| <b>Journey Map</b>    | <b>Conocimiento</b>         | <b>Consideración</b>              | <b>Compra</b>             | <b>Retención</b>  | <b>Recomendación</b>              |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---|-----------------------------------|
| indicadores de ventas | # de clientes por localidad | #de municipios aledaños visitados | # de peticiones resueltas | # de mantenimientos y accesorios vendidos telefónicamente | # de clientes nuevos recomendados |

|  |                               |  |   |   |   |
|--|-------------------------------|--|---|---|---|
| indicadores de satisfacción de cliente | # de quejas /quejas resueltas | tasa de satisfacción del cliente           | tiempo reducido en la entrega del producto final                  | #de asesorías realizadas * mes          | # de clientes satisfechos con el producto             |
| Indicadores de procesos                | # de capacitaciones * mes     | # de máquinas * # de personas a reemplazar | #de clientes frente al proceso de ensamble del producto adquirido | cantidad de clientes frecuentes         | # de clientes inscritos en las alternativas de ahorro |
| indicadores de costos                  | costos empresariales          | # de nuevos proveedores                    | #de proveedores *zonas  | cantidad de productos vendidos cada mes | # de proveedores con mejores precios* zonas           |

Nota: Elaboración propia

### 3. Gestión de las operaciones

#### 3.1. Recursos materiales necesarios

Para la fabricación de las bicicletas se tiene dos tipos de material de marco en acero y en aluminio, para ello se plantean dos costeos de materiales dependiendo del material del marco

Tabla 12.

*Materia prima 1*

| Producto/Servicio           |        | BICICLETA EN ACERO |                |                   |
|-----------------------------|--------|--------------------|----------------|-------------------|
| Nombre Materia prima/insumo | Unidad | Cant.              | Costo unitario | Costo total       |
| Marco                       | Und    | 1                  | 250000         | \$ 250.000        |
| Tenedor de suspension       | Und    | 1                  | 80000          | \$ 80.000         |
| Kit de arrastre basico      | Und    | 1                  | 180000         | \$ 180.000        |
| Pedal en aluminio           | Und    | 2                  | 5000           | \$ 10.000         |
| Sillin                      | Und    | 1                  | 20000          | \$ 20.000         |
| Radios x 12Und              | Und    | 6                  | 8000           | \$ 48.000         |
| Rin 26                      | Und    | 2                  | 20000          | \$ 40.000         |
| Neumatico                   | Und    | 2                  | 7000           | \$ 14.000         |
| Funda S                     | Und    | 2                  | 1000           | \$ 2.000          |
| <b>Total</b>                |        |                    |                | <b>\$ 644.000</b> |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 13.

*Materia prima 2*

| Producto/Servicio           |        | BICICLETA EN ALUMINIO |                |                   |
|-----------------------------|--------|-----------------------|----------------|-------------------|
| Nombre Materia prima/insumo | Unidad | Cant.                 | Costo unitario | Costo total       |
| Marco                       | Und    | 1                     | 100000         | \$ 100.000        |
| Tenedor de suspension       | Und    | 1                     | 80000          | \$ 80.000         |
| Kit de arrastre basico      | Und    | 1                     | 180000         | \$ 180.000        |
| Pedal en aluminio           | Und    | 2                     | 5000           | \$ 10.000         |
| Sillin                      | Und    | 1                     | 20000          | \$ 20.000         |
| Radios x 12Und              | Und    | 6                     | 8000           | \$ 48.000         |
| Rin 26                      | Und    | 2                     | 20000          | \$ 40.000         |
| Neumatico                   | Und    | 2                     | 7000           | \$ 14.000         |
| Funda S                     | Und    | 2                     | 1000           | \$ 2.000          |
| <b>Total</b>                |        |                       |                | <b>\$ 494.000</b> |

*Nota:* Elaboración propia

### 3.2. Capacidad de producción o servicio

Con el fin de determinar la capacidad de producción se realizó un balance de línea, donde se identificó la cantidad de empleados necesarios por cada proceso de ensamble de bicicletas, para cumplir con la producción total que demanda el mercado:

Tabla 14.

*Capacidad de producción*

| <b>ACTIVIDAD</b>                   | <b>TIEMPO<br/>TURNO<br/>(min)</b> | <b>TIEMPO DE<br/>DURACION<br/>TOTAL<br/>ACTIVIDAD<br/>(und/min)</b> | <b>CANTIDAD<br/>EMPLEADO</b> | <b>TIEMPO<br/>ACTIVIDAD<br/>POR # DE<br/>EMPLEADOS<br/>(und/min)</b> | <b>TOTAL<br/>PRODUCCION<br/>(und)</b> |
|------------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------|--|---------------------------------------|
| Montaje básico                     | 480                               | 115   | 2                            | 58   | 8                                     |
| Sistema de<br>arrastre y<br>frenos | 480                               | 175   | 3                            | 58   | 8                                     |
| Montaje final                      | 480                               | 115   | 2                            | 58   | 8                                     |
|                                    |                                   |   |                              |  |                                       |

*Nota:* Elaboración propia

**3.3. Activos fijos**

Los activos fijos necesarios para comenzar con la operación se relacionan a continuación, teniendo en cuenta el proveedor la cantidad y el valor unitario de cada activo:

Tabla 15.

*Activos fijos*

| <b>Activos fijos</b>            |                                   |                  |             |              |                    |
|---------------------------------|-----------------------------------|------------------|-------------|--------------|--------------------|
| <b>Maquina</b>                  | <b>Especificación<br/>técnica</b> | <b>Proveedor</b> | <b>Cant</b> | <b>Costo</b> | <b>Costo total</b> |
| Vitrina                         | Vitrina                           | CENTRO           | 7           | \$ 714.286   | \$ 5.000.002       |
| Compresor                       | Compresor                         | CENTRO           | 2           | \$ 900.000   | \$ 1.800.000       |
| Prensa<br>Hidráulica            | Prensa Hidráulica                 | CENTRO           | 2           | \$ 120.000   | \$ 240.000         |
| Bases Para<br>Colgar Bicicletas | Bases Para Colgar<br>Bicicletas   | CENTRO           | 20          | \$ 270.000   | \$ 5.400.000       |
| Mobiliario De<br>Oficina        | Mobiliario De<br>Oficina          | CENTRO           | 8           | \$ 850.000   | \$ 6.800.000       |

|                   |                   |        |    |              |               |
|-------------------|-------------------|--------|----|--------------|---------------|
| Estantes          | Estantes          | CENTRO | 13 | \$ 800.000   | \$ 10.400.000 |
| Computadores      | Computadores      | CENTRO | 8  | \$ 1.200.000 | \$ 9.600.000  |
| Impresoras        | Impresoras        | CENTRO | 5  | \$ 600.000   | \$ 3.000.000  |
| Nevera            | Nevera            | CENTRO | 1  | \$ 1.000.000 | \$ 1.000.000  |
| Caja Registradora | Caja Registradora | CENTRO | 2  | \$ 350.000   | \$ 700.000    |
| Horno Microondas  | Horno Microondas  | CENTRO | 1  | \$ 350.000   | \$ 350.000    |
|                   |                   |        |    |              |               |
| Total             |                   |        |    |              | \$ 44.290.002 |

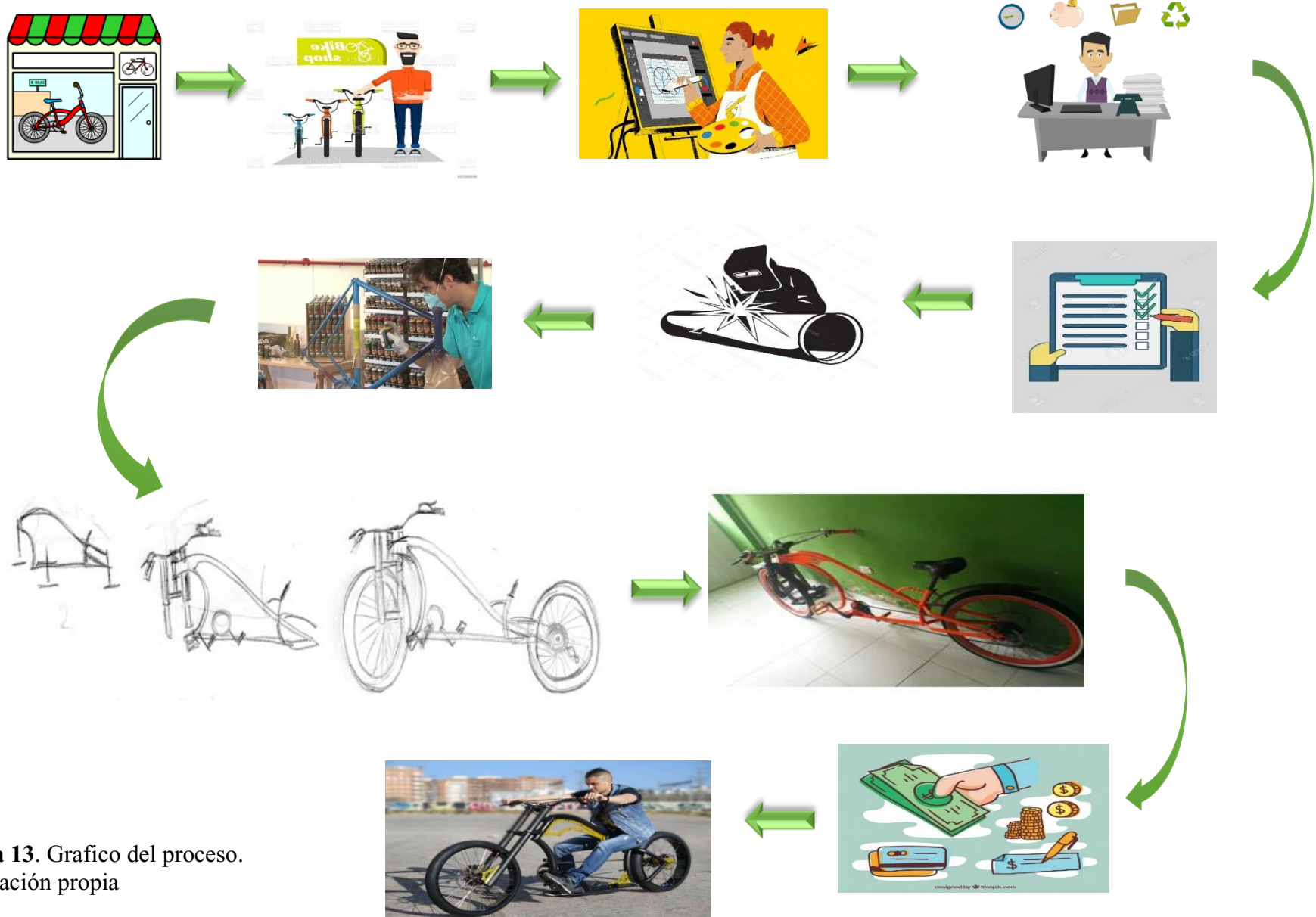
*Nota:* Elaboración propia

### **3.4. Proceso de producción o ciclo del servicio**

A continuación, se presenta el ciclo básico desde el momento que el cliente llega a punto de venta hasta el momento final de entrega de producto terminado:



# Grafico del proceso



**Figura 13.** Grafico del proceso.  
Elaboración propia

### 3.5. Flujograma de procesos

El proceso de fabricación y comercialización de las bicicletas se encuentra distribuido en tres procesos que son: proceso general de venta, proceso de ensamble y proceso de sistema de frenos, los cuales se presentan a continuación (ver anexo 4, 5 y 6)

### 3.6. Distribución de planta

Para la distribución en planta se contará con una local bodega que tendrá 8 mtrs de frente por 15 mtrs de fondo ubicado en el barrio patio bonito, este local contará con servicios públicos de agua, energía e internet y se distribuirá de acuerdo con el plano (ver anexo 7)

### 3.7. Localización

Para determinar la localización del local se realizó un análisis de localización por ponderación tomando como comparación tres puntos centro de Bogotá, 7 de agosto y Patio Bonito, y se tomó como base aspectos como el acceso a materias primas, la imagen, servicios públicos, visibilidad del local, proximidad del cliente y costo de arriendo. De lo anterior resulto la siguiente tabla, donde se determina que la mejor opción es Patio Bonito:

Tabla 16.

*Análisis de localización por ponderación*

| <b>Análisis de localización por ponderación</b>        |                    |                         |                    |                     |
|--|--------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|
| <b>Factor de localización</b>                          | <b>Ponderación</b> | <b>Centro de Bogotá</b> | <b>7 de agosto</b> | <b>Patio Bonito</b> |
| <b>El acceso a materias primas y otros suministros</b> | 0,1                | 5                       | 1                  | 3                   |
| <b>Imagen</b>  | 0,1                | 3                       | 5                  | 2                   |
| <b>Servicios públicos</b>                              | 0,1                | 3                       | 1                  | 5                   |
| <b>Visibilidad del local</b>                           | 0,2                | 5                       | 2                  | 4                   |
| <b>Proximidad del cliente</b>                          | 0,1                | 5                       | 3                  | 4                   |
| <b>Costo del local (compra o arrendamiento)</b>        | 0,4                | 3                       | 1                  | 5                   |
| <b>Total</b>   | <b>1</b>           | <b>3,8</b>              | <b>1,8</b>         | <b>4,2</b>          |

*Nota:* Elaboración propia

De igual manera se realizó un análisis por costo de localización, para ello se tomaron los mismos tres puntos centro de Bogotá, 7 de agosto y Patio Bonito, para este análisis se indicó los costos fijos

y los variables para realizar la gráfica; arrojando así el análisis que la mejor opción sigue siendo Patio Bonito.

Tabla 17.

*Análisis por costos*

| <b>Tabla de costos</b> |                   |                       |
|------------------------|-------------------|-----------------------|
| <b>Alternativa</b>     | <b>Costo Fijo</b> | <b>Costo variable</b> |
| Centro de Bogotá       | \$ 1.062.329,0    | \$ 96.000,0           |
| 7 de agosto            | \$ 1.118.995,0    | \$ 150.000,0          |
| Patio Bonito           | \$ 1.002.329,0    | \$ 80.000,0           |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 18.

*Análisis por costos: producción*

| <b>Tabla de producción</b> |                         |                 |                     |  |
|----------------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|--|
| <b>Producción</b>          | <b>Centro de Bogotá</b> | <b>7 agosto</b> | <b>Patio Bonito</b> |  |
| 1                          | \$ 1.158.329            | \$ 1.268.995    | \$ 1.082.329        |  |
| 2                          | \$ 1.254.329            | \$ 1.418.995    | \$ 1.162.329        |  |
| 3                          | \$ 1.350.329            | \$ 1.568.995    | \$ 1.242.329        |  |
| 4                          | \$ 1.446.329            | \$ 1.718.995    | \$ 1.322.329        |  |
| 5                          | \$ 1.542.329            | \$ 1.868.995    | \$ 1.402.329        |  |
| 6                          | \$ 1.638.329            | \$ 2.018.995    | \$ 1.482.329        |  |
| 7                          | \$ 1.734.329            | \$ 2.168.995    | \$ 1.562.329        |  |
| 8                          | \$ 1.830.329            | \$ 2.318.995    | \$ 1.642.329        |  |
| 9                          | \$ 1.926.329            | \$ 2.468.995    | \$ 1.722.329        |  |
| 10                         | \$ 2.022.329            | \$ 2.618.995    | \$ 1.802.329        |  |

*Nota:* Elaboración propia



**Figura 14.** Análisis de localización por costos. Elaboración propia.

### 3.8. Seguridad industrial

Con el fin de cumplir con los protocolos de seguridad de los empleados de la empresa, se presenta a continuación un análisis y manejo de riesgos que tiene como finalidad identificar los riesgos y peligros a los que están expuestos los trabajadores, para saber cómo se pueden mitigar los mismos y a si prevenir accidentes y lesiones en los puestos de trabajo:

Tabla 19.

*Análisis y manejo de riesgos*

| Tarea  | Máquina o Equipo         | Análisis y manejo de riesgos   |                                       |   |  |
|--|--------------------------|--|---------------------------------------|---|--|
|  |                          | Peligro de   | Riesgo                                | Mecanismo de protección (EPP)   |  |
| Prensar por medio de dos placas para conseguir el alisado de piezas de metal | Prensa Hidraulica        | * Contactos eléctricos.<br>* Atrapamiento por partes móviles de fragmentos o partículas  | * Proyección<br>* Exposición al ruido | * ElectroCUSIÓN<br>* Fracturas en extremidades<br>* Golpes con objetos desprendidos o manipulados<br>* Sordera  | uso de guantes de carnaza y botas punta de acero dieléctricas, tapaoídos, oberoL                       |
| Inflar ruedas  | Compresor                | *Explosiones por falta de resistencia del material o por exceso de presión<br>*Iluminación inadecuada<br>*Explosiones por autoinflamación del aceite de lubricación en la compresión o por descarga electrostática. *Incendios por cortocircuitos eléctricos, por excesiva temperatura del aire comprimido o por excesiva temperatura del aceite de refrigeración.<br>*Atrapamiento por partes móviles<br>*Ruido ambiental y/o vibraciones |                                       | * Quemaduras en el cuerpo<br>*Golpes contra objetos por presencia de obstáculos.<br>*Electrocusión. *Fractura en extremidades *Sordera.                   | uso de guantes de carnaza y botas punta de acero dieléctricas, tapaoídos, oberoL                       |
| Ensamble de bicicletas   | Herramientas de ensamble | *Lesión permanente por movimientos fuertes<br>*Golpes y cortes en manos u otras partes del cuerpo.<br>*Proyección de fragmentos o partículas<br>*Contactos eléctricos.   |                                       | *Esguinces por movimientos o esfuerzos violentos.<br>*Electrocusión<br>*Lesiones oculares por proyección de fragmentos o partículas.<br>*Traumas cutáneos | uso de guantes de carnaza y botas punta de acero dieléctricas, tapaoídos, oberoL y gafas de protección |

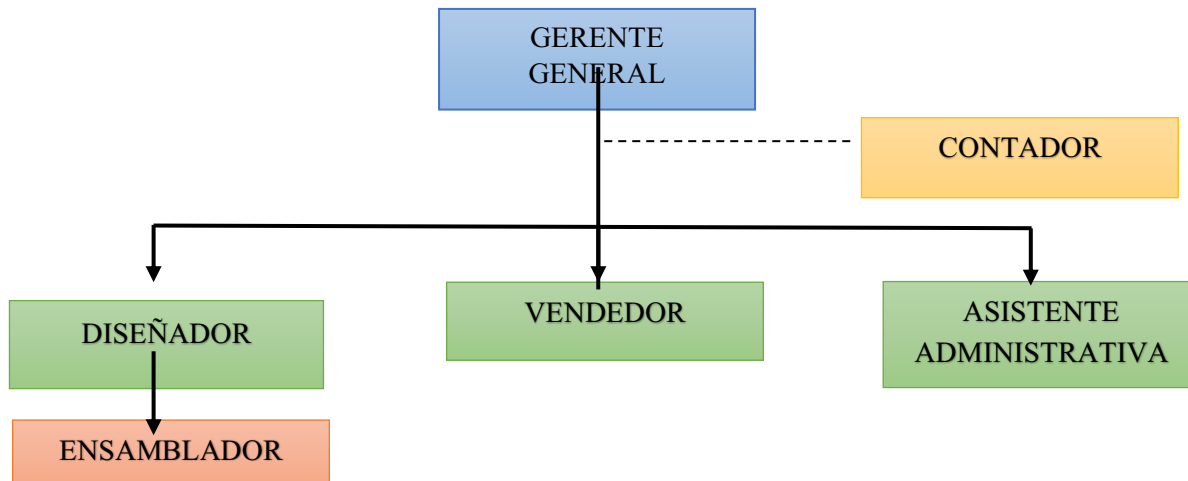
*Nota:* Elaboración propia

## 4. Análisis organizacional

### 4.1. Estructura administrativa

#### 4.1.1. Organigrama.

Para la empresa PEDALS INNOVATION CUSTOMS SAS se plantea el siguiente organigrama vertical donde se muestran los cargos que conforman la empresa



**Figura 15.** Organigrama. Elaboración propia.

### 4.2. Necesidades de personal

Para el correcto funcionamiento de la compañía se contará con un personal de 12 empleados distribuidos de la siguiente manera: 7 ensambladores, diseñador, vendedor, auxiliar administrativo, gerente y contador.

A continuación, se presenta el siguiente cuadro con el objetivo de identificar el tipo de contrato de cada empleado:

Tabla 20.

*Modalidad contratos*

| <b>CARGO</b>         | <b>TIPO DE CONTRATO</b>      | <b>JORNADA</b>             | <b>SALARIO/<br/>HORARIOS</b> | <b>JUSTIFICACIÓN DE MODALIDAD DE CONTRATO</b>   |
|----------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|---|
| Ensambladores<br>(7) | Laboral<br>a<br>término fijo | Diurna                     | \$ 1.000.000                 | Aquel que ocupa este cargo se debe encargar del ensamble de las bicicletas, bajo un horario y cumplimiento de las órdenes dadas, por ello se requiere de un contrato laboral. El contrato se determinó a término fijo ya que se requiere de su presencia a diario para que ellos inicien con el proceso ensamble y entrega.   |
| Diseñador<br>(1)     | Laboral<br>a<br>término fijo | Diurna                     | \$ 1.200.000                 | Aquel que ocupa este cargo se debe encargar del diseño de las bicicletas, bajo un horario y cumplimiento de las órdenes dadas por ello se requiere de un contrato laboral. El contrato se determinó a término fijo ya es indispensable su presencia a diario ya que todo el tiempo hay personas interesadas en nuestros productos las cuales necesitan un diseño el cual se debe pasar inmediatamente a producción. |
| Contador (1)         | Prestación de<br>servicios   | N/A Por ser<br>contratista | \$ 2.300.000                 | Al ser el Contador puede cumplir con sus labores en los horarios y días que considere convenientes, siempre que cumpla con sus labores y con los cambios y modificaciones que en reuniones se realicen. No se requiere de su presencia permanente en un puesto de   |

|                             |                            |          |              |   |
|-----------------------------|----------------------------|----------|--------------|---|
|                             |                            |          |              | trabajo, ni el cumplimiento de horas laborales por ello no se estipula un contrato laboral.   |
| Auxiliar Administrativa (1) | Laboral término fijo       | a Diurna | \$ 1.200.000 | Aquel que ocupa este cargo se debe encargar de las tareas contables de tal manera que deben dejar todos los reportes al día para la revisión y firma del contador, bajo un horario y cumplimiento de las órdenes dadas, por ello se requiere de un contrato laboral. El contrato se determinó a término fijo ya que se requiere de su presencia a diario.   |
| Gerente (1)                 | Laboral término indefinido | a Diurna | \$ 3.000.000 | Al ser el Gerente si bien no se requiere de su presencia permanente en un puesto de trabajo, si se requiere de su amplio conocimiento y la confianza generada a través del tiempo por ello se estipula un contrato laboral a término indefinido.  |
| Vendedor (1)                | Laboral término fijo       | a Diurna | \$ 1.500.000 | Se trata de un vendedor que debe cumplir con sus funciones en un punto determinado, bajo un horario y con estricto cumplimiento de órdenes dadas para ello, por lo cual debe ser un contrato laboral. Se ha determinado que sea un contrato a término fijo ya que se requiere de su presencia durante todo el año y dependiendo de la demanda se estipulara la cancelación o renovación del contrato. |

Nota: Elaboración propia



### 4.3. Manual de funciones

Teniendo en cuenta el organigrama de la empresa se estipulan los manuales de funciones para los deferentes cargos

Tabla 21.

#### *Manual de funciones gerente general*

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>   |   |
|---|---|
| Nombre  | Gerente general   |
| Dependencia   | Gerencia  |
| Número de cargos  | 1   |
| Reporta a   | Socios  |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>   |   |
| De Formación  | Profesional en administración de empresas o carreras afines |
| De Experiencia  | 3 años en el cargo o similares                              |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>   |   |
| Liderar y evaluar los procesos de la organización velando por la estabilidad económica de la organización y asimismo por la estabilidad física y emocional de cada uno de los trabajadores. |   |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>  |   |
| Planear las actividades a desarrollar en la empresa Pedals Innovation Customs SAS   |   |
| Organizar los recursos de la empresa Pedals Innovation Customs SAS  |   |
| Establecer los objetivos empresariales  |   |
| Analizar los asuntos financieros, administrativos y marketing de la empresa Pedals Innovation Customs SAS   |   |
| Liderar los procesos administrativos y operativos de la empresa Pedals Innovation Customs SAS   |   |
| Delegar funciones a las diferentes personas líderes de área   |   |
| Definir el plan estratégico de la marca   |   |

|   |
|---|
| Evaluar el desempeño de los trabajadores  |
| Actuar como representante legal ante las entidades  |
| Controlar y supervisar los recursos financieros de la empresa Pedals Innovation Customs SAS |
| Establecer alianzas con proveedores y clientes  |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 22.

*Manual de funciones contador*

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>   |                                   |
| Nombre  | Contador                          |
| Dependencia   | Gerencia                          |
| Número de cargos  | 1                                 |
| Reporta a   | Gerente General                   |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>   |                                   |
| De Formación  | Profesional en Contaduría pública |
| De Experiencia  | 2 años en el cargo o similares    |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>   |                                   |
| Ser el estratega que genere un aporte desde el área financiera para el desarrollo de la marca |                                   |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>  |                                   |
| Elaborar informes financieros para la empresa Pedals Innovation Customs SAS                   |                                   |
| Analizar estados financieros de clientes con los que se van a hacer alianzas                  |                                   |
| Realizar informes mensuales de control de ganancias y gastos                                  |                                   |
| Desarrollar herramientas para controlar financieramente el negocio                            |                                   |
| Informar y aclarar variaciones presupuestales de los clientes                                 |                                   |
| Llevar el control de causación de ingresos, costos y gastos                                   |                                   |
| Asesorar a la empresa en temas financieros  |                                   |

|  |
|--|
| Elaborar informes financieros y tributarios                              |
| Supervisar las labores contables que realiza la asistente administrativa |
| Aplicar las políticas de la empresa                                      |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 23.

*Manual de funciones diseñador*

|  |                                 |
|--|---------------------------------|
| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>  |                                 |
| Nombre   | Diseñador                       |
| Dependencia  | Diseño y marketing              |
| Número de cargos   | 1                               |
| Reporta a Gerente  | Gerente general                 |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  |                                 |
| De Formación   | Diseñador grafico               |
| De Experiencia   | 6 meses en el cargo o similares |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>  |                                 |
| Diseñar las bicicletas a gusto de los clientes de acuerdo con sus especificaciones, para lograr la mayor satisfacción del cliente y así mismo lograr llamar la atención de nuevos clientes quienes admiren su trabajo. |                                 |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>   |                                 |
| Elaborar el diseño de las bicicletas que requieren los clientes  |                                 |
| Asesorar a los clientes en el proceso de elaboración de su diseño  |                                 |
| Liderar el proceso de ensamble   |                                 |
| Diseñar campañas de publicidad creativa  |                                 |
| Estar pendientes de la redes sociales y página web de la compañía  |                                 |
| Revisar el producto final de ensamble  |                                 |
| Acompañar la entrega del producto final  |                                 |
| Mantener limpia y organizada el área de trabajo  |                                 |
| Aportar ideas al proceso de elaboración y pintura de los marcos de las bicicletas  |                                 |
| Aplicar las políticas de la empresa  |                                 |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 24.

*Manual de funciones vendedor*

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>  |   |
|--|---|
| Nombre   | Vendedor  |
| Dependencia  | Comercial   |
| Número de cargos   | 1   |
| Reporta a Gerencia   | Gerente general   |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  |   |
| De Formación   | Técnico o tecnólogo en áreas financieras, administrativas o comerciales |
| De Experiencia   | de 3 a 6 meses como mínimo en el cargo o similares                      |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>  |   |
| Vender y asesorar a las personas de todo lo que tiene que ver con bicicletas personalizadas, realizando ventas efectivas y logrando la captación de nuevos clientes. |   |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>   |   |
| Conocer las especificaciones del producto  |   |
| Asesorar a posibles compradores  |   |
| Fidelizar a los clientes   |   |
| Captar nuevos clientes   |   |
| Ofrecer servicio post venta  |   |
| Retroalimentar a la empresa en cuanto a las sugerencias de los clientes  |   |
| Registrar ventas diarias   |   |
| Elaborar y comunicar reporte de ventas   |   |
| Aplicar las políticas de la empresa  |   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 25.

*Manual de funciones auxiliar administrativo*

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>   |   |
|---|---|
| Nombre  | Auxiliar administrativo                         |
| Dependencia   | Administración                                  |
| Número de cargos  | 1   |
| Reporta a Gerente   | Gerente general                                 |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>   |   |
| De Formación  | Estudiante de IV semestre de contaduría pública |
| De Experiencia  | 6 meses en el cargo o similares                 |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>   |   |
| Apoyar el área administrativa y contable teniendo en cuenta los parámetros dados por el contador, asumiendo total responsabilidad de las labores asignadas. |   |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>  |   |
| Apoyar al contador en operaciones diarias   |   |
| Llevar el registro y control de inventarios   |   |
| Elaborar y controlar las facturas de venta  |   |
| Elaborar conciliaciones bancarias   |   |
| Elaborar de informes  |   |
| Proyección de estados financieros   |   |
| Preparación de declaraciones fiscales   |   |
| Liderar los procesos de recursos humanos  |   |
| Pagar cuentas a proveedores   |   |
| Responsable de la atención telefónica y envío de correos administrativos  |   |

*Nota:* Elaboración propia

Tabla 26.

*Manual de funciones ensamblador*

| <b>DENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>   |  |
|--|--|
| Nombre   | Ensamblador                              |
| Dependencia  | Diseño                                   |
| Número de cargos   | 7  |
| Reporta a Diseñador  | Diseñador                                |
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>  |  |
| De Formación   | Técnico en mecánica básica de bicicletas |
| De Experiencia   | 6 meses en cargos similares              |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>  |  |
| Ensamblar bicicletas teniendo en cuenta los parámetros estipulados por el diseñador, teniendo total cuidado con la pintura del marco y así mismo ajustar al tope las piezas para entregar un excelente producto final. |  |
| <b>FUNCIONES ESCENCIALES</b>   |  |
| Ensamblar las bicicletas   |  |
| Realizar trabajos alternos a bicicletas no propias de la marca   |  |
| Realizar mantenimiento a las bicicletas ensambladas  |  |
| Llevar el control del inventario utilizado para ensamble y demás   |  |
| Mantener limpia el área de trabajo   |  |
| Lavar las bicicletas   |  |
| Utilizar manuales de reparación  |  |
| Mantener el equipo de trabajo organizado   |  |
| Verificar el correcto funcionamiento de las bicicletas   |  |
| Demas funciones que le asigne el jefe inmediato  |  |
| Aplicar las políticas de la empresa  |  |

*Nota:* Elaboración propia

## 5. Análisis jurídico

En el siguiente apartado se hablará sobre la parte legal del proyecto, se tendrá en cuenta temas como los contratos que se estipularán para los empleados de la empresa, de igual manera se hablará sobre los impuestos que la empresa Pedals Innovation Custom SAS va a aplicar; se tratarán también temas como los requisitos para formalizar empresa y sus costos asociados. Finalmente se tratarán temas de marca y requisitos para formalizar establecimiento y comercialización del producto.

### 5.1. Tipo de empresa

Con el fin de formalizar la empresa Pedals Innovation Custom SAS se debe determinar qué tipo de empresa va a ser, para ello se va a tener en cuenta tres aspectos importantes para su clasificación los cuales son; su tamaño, su actividad económica y su naturaleza, a continuación, se encontrará de forma detallada cada uno de los aspectos mencionados y adicionalmente se tratarán los tramites de constitución y los costos asociados a la formalización de empresa.

- **Por su tamaño**

De conformidad con el Decreto 957 de 2019 la empresa será del sector manufacturero, ya que el objeto social es el ensamble de bicicletas personalizadas, siendo así, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.13.2.2 de este mismo decreto se tratará de una microempresa, puesto que los ingresos que se obtendrán por actividades ordinarias serán inferiores o iguales a 23.563 UVT, valor fijado para determinar cuándo se trata de una microempresa del sector de manufactura, lo que correspondería en pesos a \$839.007.741 teniendo en cuenta que la UVT para el 2020 tiene un valor de \$35.607.

- **Por su actividad económica**

De acuerdo con la Resolución 139 de 2012 la actividad económica de la empresa se encuentra dentro de la División 30: fabricación de otros tipos de equipo de transporte, y el código CIU aplicable es 3092 ya que este grupo incluye la fabricación de bicicletas no motorizadas y la fabricación de partes y piezas de bicicletas

- **Por su naturaleza**

Se ha optado por la creación de una persona jurídica, de conformidad con la Ley 1258 de 2008, la empresa se constituirá bajo la figura de sociedad por acciones simplificada. Los beneficios identificados para conformarse como una SAS para este emprendimiento es que no necesita escritura pública, pueden constituirse con un único socio y puede establecer un objeto social indeterminado. Debido a este último aspecto, un segundo beneficio es que puede participar sin

problemas en cualquier tipo de negocio. También se encuentran otros beneficios como son, que su duración podrá ser indefinida y que no tiene una restricción en el capital.

## 5.2. Aspectos Tributarios (Municipales/Nacionales)

Se identifica que la empresa deberá cumplir con los siguientes impuestos:

- **Impuesto de Renta y complementarios:** este impuesto tiene una periodicidad anual, la tarifa será del 32% para el año gravable 2020, 31% para el año gravable 2021. A partir del año gravable 2022 la tarifa será del 30% de conformidad con lo estipulado en el art 240 del estatuto tributario. También se tiene en cuenta que el porcentaje de renta presuntiva se reduce del 1,5% al 0,5% para el 2020 y a partir del 2021 la tarifa será del 0%. Este impuesto es territorial y es recaudado por la DIAN.
- **Impuesto a las ventas:** este impuesto tiene una periodicidad bimestral, la tarifa general del Iva es del 19% según lo contempla el artículo 468 del estatuto tributario modificado por la ley 1819 de 2016. Esto implica que nuestros productos estarán gravados con el Iva con una tarifa del 19% por no tratarse de aquellos que expresamente se han señalado con una tarifa diferente. Este impuesto es territorial y es recaudado por la DIAN.
- **Anticipo del impuesto de renta:** este anticipo tiene una periodicidad mensual y tiene como finalidad conseguir en forma gradual que el impuesto de renta se recaude en lo posible dentro del mismo ejercicio gravable en que se cause. De acuerdo a lo contemplado en el art 367 del estatuto tributario, la tarifa variará dependiendo del régimen de los clientes que puede ser del 2.5% para persona jurídica y 3.5% para personas naturales.
- **Impuesto de industria y comercio:** este impuesto se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos. El periodo de presentación es bimestral, de acuerdo al código CIU que es 3092 la tarifa aplicable es del  $6.9 * 1000$  de conformidad con la resolución SDH-000079 DE 2013.

## 5.3. Requisitos para formalizar la empresa

### 5.3.1. Consulta de homonimia de la razón social.

Previo a contemplar el trámite de constitución es necesario determinar que la razón social escogida para el emprendimiento se encuentra disponible, para ello se realiza la consulta de homonimia en la página de la cámara de comercio, identificando así que no hay otra empresa con



ese mismo nombre registrado, lo que nos da la pauta para continuar con el proceso de constitución de la empresa, para constancia del paso realizado se da cuenta de los resultados obtenidos en la búsqueda:

**Servicios en Línea**

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat Llamada virtual Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase:  No.  -

Por nombre o razón social\*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

| Cámara de Comercio | Matricula | Razón Social | Organización Jurídica | Ultimo año renovado | Estado |
|--------------------|-----------|--------------|-----------------------|---------------------|--------|
| 1                  |           |              |                       |                     |        |

**Figura 2.** Consulta de Homonimia. Superintendencia de Sociedades (2020)

### 5.3.2. Estatutos de constitución de la sociedad.

Para realizar la constitución de la empresa se deben seguir los siguientes pasos:

- La solicitud de constitución de la SAS debe presentarse en la cámara de comercio de Bogotá, lugar donde tendrá domicilio la sociedad.
- La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) debe ser constituida mediante contrato o acto unilateral que conste por documento privado dando cuenta de los estatutos de la sociedad, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio.
- Junto con los Estatutos, el trámite de constitución se debe acompañar del Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) (Ver anexo 8); del Formulario de Registro Único Tributario (RUT) (Ver anexo 9); y de los documentos de identidad de los representantes

legales, accionistas, integrantes de órganos de administración y revisores fiscales de ser necesario.

- **Costos de la constitución**

Los costos asociados a la constitución de la empresa identificados son los siguientes:

Tabla 27.

*Costos asociados a la constitución*

| <b>Concepto</b>                                      | <b>Valor</b> |
|--|--------------|
| Constitución de sociedad comercial                   | \$45.000     |
| Impuesto al registro de acto con cuantía (Estatutos) | \$ 700.000   |
| Matricula mercantil                                  | \$36.000     |
| Descuento Ley 1780 de 2016                           | \$<36.000>   |
| Formularios de registro                              | \$6.100      |
| Total  | \$751.100    |

Nota: Autoría propia.

#### **5.4. Requisitos para comercializar el producto**

Para realizar la comercialización de las bicicletas personalizadas se deben tener presentes varios aspectos como lo son, contar con una marca registrada y tener presente los contratos que se van a utilizar para el funcionamiento de la empresa. A continuación, se presentará de forma detallada los aspectos anteriormente mencionados.

##### **5.4.1. Marca.**

- **Descripción de la marca**

Para la empresa Pedals Innovation Customs SAS se ideó la marca que a continuación se presenta y que se trata de un signo mixto, que cuenta con una descripción fonética que es la palabra PIC y una descripción gráfica, el logo este compuesto por: las iniciales del nombre de la empresa la primera letra es una P mayúscula de color rojo, la segunda letra en la I mayúscula de color azul la cual es un poco más pequeña que las otras letras, y la tercera letra es una C mayúscula de color amarillo.



**Figura 3.** Logo de la empresa. Elaboración propia.

De acuerdo con la clasificación Internacional de Niza nuestro producto está catalogado en la clase 12, la cual incluye principalmente vehículos y aparatos para el transporte de personas o mercancías por tierra, aire o agua, el código que le corresponde es 120044 Bicicletas.

- **Búsqueda de antecedentes**

Con el fin de validar que la marca sea única, se realizó una búsqueda en la página de la superintendencia de Industria y Comercio, arrojando así los siguientes resultados:

La búsqueda con la palabra PIC nos trae 54 resultados, los cuales se validaron y se identificó que ningún registro corresponde a la clase 12 de la clasificación.

| Expediente No. | Certificado No. | Denominación   | Etiqueta | Vigencia     | Estado(s) | Titular                                | Clase(s) | Número de la gaceta |
|----------------|-----------------|--|----------|--------------|-----------|--|----------|---------------------|
| 000462395      | 251955          | PIC NIC (Las demás expresiones irán como explicativas) |          | 12 abr. 2012 | Caducado  | COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S. | 29       | 495                 |
| 000462396      |                 | PIC NIC  |          | Negada       |           | COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S. | 30       | 495                 |

**Figura 4.** Búsquedas antecedentes. Industria y comercio (2020)

De acuerdo con la búsqueda se logró identificar que no hay empresas registradas con la marca que se ha escogido para la empresa Pedals Innovations Customs SAS, lo que da paso para realizar el registro de la marca sin ningún inconveniente.

- **Costos asociados al registro de marca**

Los costos asociados al registro de la marca dependen de la modalidad, para el caso en concreto se procederá a realizar el registro en línea para incurrir en los costos más bajos y se verifica que el registro por esta modalidad tiene un costo de \$687.500 realizando el trámite en línea, de acuerdo con lo estipulado en la resolución 50576 de 2019.

- **Contratos**

Los contratos que se manejaran en principio son dos: el contrato de arrendamiento de local y el contrato de prestación de servicios de tercero para fabricación de marcos.

1. El contrato de arrendamiento permite que una persona denominada arrendatario pueda ocupar, gozar o utilizar un inmueble, pagando a su propietario llamado arrendador, un canon o precio por el arrendamiento, dentro de las cláusulas del contrato se tendrán en cuenta:
  - La duración de 1 año donde el canon será de \$3.000.000 aprox el cual será pagadero mensualmente los primeros 5 días del mes.
  - Las obligaciones del arrendador serán: entregar al arrendatario el inmueble arrendado, mantenerlo en estado de servir para el fin a que ha sido arrendado, librar al arrendatario de toda turbación en el goce del inmueble arrendado, entre otras.
  - Las obligaciones del arrendatario como lo son: pagar el precio del arrendamiento en los plazos acordados, conservar en buen estado el bien arrendado, y demás acordadas en el contrato, entre otras.
  - Prohibiciones o permisos para subarrendar.
  - Condiciones de terminación del contrato de arrendamiento.
2. El contrato por prestación de servicios – tercerización de proceso: Dentro del contrato se contemplan las siguientes cláusulas más relevantes:
  - La duración del contrato será a 1 año.
  - Se pagará el valor de \$200.000 por cada marco fabricado.
  - Cláusula de confidencialidad donde se prohíbe la elaboración, diseño y distribución de los marcos a terceros los cuales son fabricados específicamente para la empresa.
  - Obligaciones del contratista como lo son: cumplir con la entrega de marcos en las fechas estipuladas, dar garantía por defectos en los marcos, cumplir con el acuerdo de confidencialidad, entre otras
  - Obligaciones del contratante como lo son: realizar el pago en los tiempos acordados, proveer los diseños para la fabricación de marcos, entre otros.
  - Condiciones de terminación de contrato.

## 5.5. Requisitos para establecimiento de comercio

De acuerdo con el Decreto 1879 de 2008 los requisitos para la apertura y operación de un establecimiento de comercio en Colombia son los siguientes:

- Contar con la Matrícula mercantil vigente.
- Se deben cumplir con las normas referentes al uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y actividad comercial.
- Se debe contar con el Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios el cual es expedido por el cuerpo de Bomberos.
- Se debe contar con una lista de precios.
- Se debe estar inscritos al RUT.
- Debe estar inscrito en el Registro de Información Tributaria RIT.

Adicionalmente para realizar la apertura del negocio al público se debe contar con el cumplimiento de lo dispuesto en el Código de Policía, así mismo con el aval del cuerpo de bomberos de Bogotá, a continuación, se mencionará los requisitos de cada entidad para realizar la apertura al público:

- **Código de policía:**

De conformidad por lo establecido en la ley 1801 del 29 de julio de 2016 Código de policía en el Artículo 87, se toman los requisitos para cumplir actividades económicas.

1. cumplir con las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.
2. Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad, que en nuestro caso es en Bogotá.
3. La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de policía del lugar donde funciona el mismo, que de acuerdo a estudio de mercado se decidió que el local estará ubicado en Patio Bonito.

- **Cuerpo de bomberos de Bogotá:**

El Concepto Técnico de Bomberos tiene como finalidad revisar las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que debe tener las instalaciones de la empresa para su correcto funcionamiento, para ello se debe realizar un trámite el cual cuenta con los siguientes pasos:

- Liquidación: se debe realizar una liquidación para saber cuánto se debe cancelar.
- Documentos: para nuestro caso aplica el de los establecimientos nuevos o no obligados a declarar y se debe presentar original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año.
- Pago: El valor a cancelar por el trámite será el establecido en el Acuerdo 11 de 1988, Capítulo IV, y el acuerdo 9 de 1992, los cuales indican que los establecimientos nuevos o no obligados a declarar deben pagar el equivalente a 2 salarios mínimos diarios y éste monto se debe cancelar por cada sucursal que tenga el establecimiento que en nuestro caso solo sería uno.
- Radicación: Una vez realizado el pago el cuerpo de bomberos programará la respectiva capacitación para la auto-revisión o inspección dependiendo de la clasificación del tipo de riesgo del establecimiento (riesgo bajo, moderado y alto).
- Capacitación y Autorrevisión: este aplica si la clasificación otorgada es riesgo bajo.
- Inspección Técnica: Si la clasificación otorgada al establecimiento es de moderado o alto riesgo el cuerpo de bomberos programará una visita dentro de los 30 días hábiles posteriores a la radicación de la solicitud de inspección.

Cumplidos los pasos anteriores se expedirá el respectivo concepto con el cual se valida que se cumple con lo requerido y dará paso a la apertura del establecimiento.

## 6. Análisis financiero

En este módulo se van a tratar los temas relacionados con la parte financiera de la empresa Pedals Innovation Custom SAS, esto con el fin de conocer a groso modo la situación financiera de la empresa y como se va a sostener en el tiempo, teniendo en cuenta la inversión total, la proyección de ventas y gastos, estados financieros proyectados como lo son Estado de resultados, Estado de situación financiera, Flujo de caja y finalmente el análisis de indicadores financieros.

### 6.1. Inversión total

Nuestra empresa Pedals Innovation Custom SAS incurrirá en la toma de un crédito por la suma de \$74.290.002 COP; el cual se utilizará de la siguiente forma:

Tabla 28.

*Inversiones*

| INVERSIONES          |                     |
|----------------------|---------------------|
| INVERSIONES ANUALES  | AÑO 0               |
| Maquinaria           | \$2.040.000         |
| Mobiliario           | \$27.600.002        |
| Equipos informáticos | \$12.600.000        |
| Aporte de Socios     | \$25.000.000        |
| Caja Inicial         | \$5.000.000         |
| Otros                | \$2.050.000         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>\$74.290.002</b> |

*Nota:* Elaboración propia

Para el rubro de mobiliarios se presenta el siguiente detalle:

|  |              |
|--|--------------|
| ● 13 estantes  | \$10.400.000 |
| ● 8 computadores de mesa   | \$9.600.000  |
| ● 8 mobiliarios ofi (mesas, sillas escritorio, sillas de espera) | \$6.800.000  |
| ● 8 mobiliarios ofi (mesas, sillas escritorio, sillas de espera) | \$6.800.000  |
| ● 7 vitrinas en aluminio   | \$5.000.000  |
| ● 20 bases para colgar bicicletas                                | \$5.400.000  |
| ● 5 impresoras   | \$3.500.000  |
| ● 2 compresores  | \$1.800.000  |

- 1 nevera \$1.000.000
- 2 cajas registradoras \$ 700.000
- 1 horno microondas \$ 350.000
- 2 prensas hidráulicas \$ 240.000

## 6.2. Presupuesto de ventas

Para la realización del presupuesto de ventas contemplamos las siguientes variables macroeconómicas que fueron tomadas del DANE y del comportamiento del sector de bicicletas, el cual se desarrolla para los siguientes tres años como se observa en la gráfica:

Tabla 29.

*Variables Macroeconómicas*

| VARIABLES<br>MACROECONOMICAS  | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|
| <b>Impuesto sobre Renta</b>   | 32%   | 31%   | 31%   |
| <b>IPC</b>                    | 3,80% | 4,0%  | 4,0%  |
| <b>Crecimiento Orgánico</b>   | 2,0%  | 2,0%  | 2,0%  |
| <b>% Incremento de Ventas</b> | 5,8%  | 6,0%  | 6,0%  |

*Nota:* Elaboración propia

Con las variables mencionadas se realizó la proyección del presupuesto de ventas de los primeros 3 años de Pedals Innovation Custom SAS, para el primer año proyecta vender 2.916 unidades de bicicletas por un valor promedio de **\$1,7 MM COP**, que consolidarían los ingresos por **\$2.798 MM COP**, para el segundo año tiene un crecimiento del **5.8%** teniendo en cuenta el IPC y el crecimiento orgánico del sector, para mantener un comportamiento mesurado frente al comportamiento del mercado, los ingresos totales del segundo año serían por **\$2.961 MM COP**.

Tabla 30.

*Presupuesto de ventas*

| Ingresos por ventas: | AÑO 1           | AÑO 2           | AÑO 3           |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| BICICLETA            | \$2.798.759.630 | \$2.961.087.688 | \$3.138.752.950 |

*Nota:* Elaboración propia



### 6.3. Presupuesto de gastos

Pedals Innovation Custom SAS va a tener el siguiente impacto mensual de gastos fijos como lo son: personal, alquiler, publicidad, electricidad, aseo, internet, agua, papelería, cafetería, vigilancia y mantenimiento los cuales se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 31.

#### *Presupuesto de gastos*

|   |                      |                        |
|---|----------------------|------------------------|
| <b>Número de empleados</b>                      | <b>12</b>            |                        |
| <b>Salario mensual + Transporte para año 1</b>  | <b>\$1.632.639</b>   |                        |
| <b>Incremento salarial anual</b>                | <b>6,00%</b>         |                        |
| <b>Seguridad Social y Prestaciones Sociales</b> | <b>32,00%</b>        |                        |
| <b>Alquileres</b>                               |                      |                        |
| <b>Alquiler mensual</b>                         | <b>\$3.000.000</b>   |                        |
| <b>Incremento anual (IPC)</b>                   | <b>3,80%</b>         |                        |
| <b>Descripción de Gasto</b>                     | <b>Valor Mensual</b> | <b>% participación</b> |
| <b>Electricidad</b>                             | <b>\$800.000</b>     | <b>19,76%</b>          |
| <b>Internet + telefonía</b>                     | <b>\$200.000</b>     | <b>4,94%</b>           |
| <b>Agua</b>                                     | <b>\$150.000</b>     | <b>3,70%</b>           |
| <b>Papelería</b>                                | <b>\$200.000</b>     | <b>4,94%</b>           |
| <b>Aseo</b>                                     | <b>\$600.000</b>     | <b>14,82%</b>          |
| <b>Cafetería</b>                                | <b>\$150.000</b>     | <b>3,70%</b>           |
| <b>Vigilancia</b>                               | <b>\$200.000</b>     | <b>4,94%</b>           |
| <b>Publicidad</b>                               | <b>\$1.449.583</b>   | <b>35,80%</b>          |
| <b>Mantenimiento</b>                            | <b>\$300.000</b>     | <b>7,41%</b>           |
| <b>TOTAL, OTROS GASTOS</b>                      | <b>\$4.049.583</b>   | <b>100%</b>            |

*Nota:* Elaboración propia

En los gastos asociados a la operación se contará con 12 empleados para el primer año, los cuales 4 serán administrativos y 8 serán operativos, el salario promedio será de **\$1,6 MM COP**

mensual, este rubro varia de manera anual de acuerdo con el índice inflacionario más 2 puntos; cabe aclarar que los valores son tomados con el año 2020.

Pedals Innovation Custom SAS contará con un punto local el cual brindara los servicios de bodegaje y punto de venta, este alquiler tendrá un valor mensual de **\$3 MM COP** el cual incrementara de forma anual de acuerdo al IPC.

Dentro de los otros gastos tenemos la publicidad mensual que tiene una participación del **35,80%** de los gastos totales, siendo así uno de los más representativos, debido a que se invertirá en la difusión de la marca por medio de redes sociales, volantes y tarjetas para abarcar mercado, así mismo, se darán obsequios para fidelizar clientes.

Por último, tenemos gastos como electricidad con un **19,76%** y aseo con el **14,82%**, estos dos rubros son representativos para la operación que va a realizar Pedals Innovation Custom SAS, finalmente otros gastos (papelería, cafetería agua, vigilancia) representan aproximadamente el **30%** del total de gastos.

De acuerdo con lo anterior se tendrá un total de **\$420 MM COP** de gastos totales en el primer año comprendido por:

Tabla 32.

*Presupuesto total gastos*

| <b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>                     | <b>AÑO 1</b>         |
|---|----------------------|
| <b>Salarios</b>                               | \$254.691.684        |
| <b>Seguridad Social</b>                       | \$81.501.339         |
| <b>Total Personal (Salario + Seg. Social)</b> | <b>\$336.193.023</b> |
| <b>Alquileres</b>                             | \$36.000.000         |
| <b>Otros gastos</b>                           | \$48.595.000         |
| <b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>                     | <b>\$420.788.023</b> |

*Nota:* Elaboración propia

#### **6.4. Estado de resultados proyectado**

A continuación, presentaremos el estado de resultados de la empresa Pedals Innovation Custom SAS, en el cual se visualizará un análisis vertical y horizontal para realizar el respectivo informe financiero.

Tabla 33.

## Estado de resultados proyectado

|  | ESTADO DE RESULTADOS |                 |                 | ANALISIS |      |      |               |      |
|--|----------------------|-----------------|-----------------|----------|------|------|---------------|------|
|  | AÑO 1                | AÑO 2           | AÑO 3           | Vertical |      |      | Horizontal    |      |
| Ingreso por Ventas                             | \$2.798.759.630      | \$2.961.087.689 | \$3.138.752.950 | 100%     | 100% | 100% | \$177.665.261 | 6%   |
| Costos   | \$2.165.130.000      | \$2.247.404.940 | \$2.337.301.138 | 77%      | 76%  | 74%  | \$89.896.198  | 4%   |
| Variación de existencias                       | \$699.689.907        | \$40.582.015    | \$44.416.315    | 25%      | 1%   | 1%   | \$3.834.301   | 9%   |
| Utilidad Bruta                                 | -\$66.060.278        | \$673.100.734   | \$757.035.497   | -2%      | 23%  | 24%  | \$83.934.763  | 11%  |
| Gastos de personal                             | \$336.193.023        | \$386.061.655   | \$409.225.354   | 12%      | 13%  | 13%  | \$23.163.699  | 6%   |
| Alquileres                                     | \$36.000.000         | \$37.368.000    | \$38.862.720    | 1%       | 1%   | 1%   | \$1.494.720   | 4%   |
| Otros gastos                                   | \$48.595.000         | \$50.441.610    | \$52.358.391    | 2%       | 2%   | 2%   | \$1.916.781   | 4%   |
| Margen Operacional (EBITDA)                    | -\$486.848.301       | \$199.229.469   | \$256.589.032   | -17%     | 7%   | 8%   | \$57.359.563  | 22%  |
| Depreciación Anual                             | \$5.689.000          | \$5.689.000     | \$5.689.000     | 0%       | 0%   | 0%   | \$0           | 0%   |
| Utilidad Antes de Impuestos e Intereses (EBIT) | -\$492.537.301       | \$193.540.469   | \$250.900.031   | -18%     | 7%   | 8%   | \$57.359.563  | 23%  |
| Pago de Intereses                              | \$8.766.220          | \$6.163.365     | \$3.253.372     | 0%       | 0%   | 0%   | -\$2.909.993  | -8%  |
| Utilidad antes de impuestos                    | -\$501.303.521       | \$187.377.104   | \$247.646.660   | -18%     | 6%   | 8%   | \$60.269.555  | 24%  |
| Impuesto sobre Renta                           | \$0                  | \$0             | \$19.192.616    | 0%       | 0%   | 1%   | \$19.192.616  | 100% |
| Utilidad Neta                                  | -\$501.303.521       | \$187.377.104   | \$228.454.043   | -18%     | 6%   | 7%   | \$41.076.939  | 18%  |
| Utilidad a repartir                            | -\$501.303.521       | \$187.377.104   | \$228.454.043   | -18%     | 6%   | 7%   | \$41.076.939  | 18%  |
| Reservas                                       | \$0                  | \$0             | \$0             | 0%       | 0%   | 0%   | \$0           | 0%   |

Nota: Elaboración propia

En el primer año se observa que la utilidad bruta es de -\$66 MM COP debido a que este año tiene un impacto por la variación de existencias de 30% del ingreso por ventas, para el segundo y tercer año se observa un comportamiento del 24% aproximadamente que representa un crecimiento del tercer año vs el segundo año de 11% que equivale a un total de \$83.9 MM COP.

En el rubro de gastos de personal se evidencia que del año 3 al año 2 hay un crecimiento del 6% que equivale a \$23 MM COP teniendo una participación para el primer año de 12% del total de margen operacional, para el segundo y tercer año se tiene una participación del 13%.

El EBITDA muestra el comportamiento de la empresa, sin tener en cuenta impuestos, deducciones o depreciaciones, en este caso nos refleja un saldo negativo de \$486 MM COP esto debido al impacto del 30% de existencias del primer año, el crecimiento del tercer año vs el segundo año es 22% que equivale a \$57 MM COP.

Por último, la utilidad neta para el primer año tiene un saldo negativo de \$501 MM COP, este resultado está impactado por la carga inicial del stock de inventarios (\$699 MM COP), para el

segundo y tercer año el resultado de la operación acumulada es positiva en **\$415 MM COP** creciendo un **18%** entre el año 3 y año 2 que corresponde a **\$41 MM COP**.

### 6.5. Estado de situación financiera proyectado

A continuación, presentaremos el estado de situación financiera de la empresa Pedals Innovation Custom SAS, donde se visualizará un análisis vertical y horizontal para realizar su respectivo informe financiero.

Tabla 34.

*Estado de situación financiera proyectado*

| ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA |                     |                        |                        |                        | ANÁLISIS    |             |             |                      |             |
|--------------------------------|---------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|-------------|
|                                | ANO 0               | ANO 1                  | ANO 2                  | ANO 3                  | Vertical    |             |             | Horizontal           |             |
|                                |                     |                        |                        |                        | ano 1       | ano 2       | ano 3       |                      |             |
| <b>ACTIVO</b>                  |                     |                        |                        |                        |             |             |             |                      |             |
| Caja                           | \$5.000.000         | \$284.964.075          | \$407.465.467          | \$553.280.098          | 27%         | 33%         | 39%         | \$145.814.631        | 26%         |
| Clientes                       | \$0                 | \$38.871.663           | \$41.126.218           | \$43.593.791           | 4%          | 3%          | 3%          | \$2.467.573          | 6%          |
| Inventario                     | \$0                 | \$699.689.907          | \$740.271.922          | \$784.688.237          | 66%         | 61%         | 56%         | \$44.416.315         | 6%          |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>        | <b>\$5.000.000</b>  | <b>\$1.023.525.644</b> | <b>\$1.188.863.607</b> | <b>\$1.381.562.127</b> | <b>96%</b>  | <b>97%</b>  | <b>98%</b>  | <b>\$192.698.520</b> | <b>14%</b>  |
| Activos Fijos                  | \$44.290.002        | \$44.290.002           | \$44.290.002           | \$44.290.002           | 4%          | 4%          | 3%          | \$0                  | 0%          |
| Depreciación de Activo Fijos   | \$0                 | -\$5.689.000           | -\$11.378.000          | -\$17.067.001          | -1%         | -1%         | -1%         | -\$5.689.000         | 33%         |
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>     | <b>\$44.290.002</b> | <b>\$38.601.002</b>    | <b>\$32.912.002</b>    | <b>\$27.223.001</b>    | <b>4%</b>   | <b>3%</b>   | <b>2%</b>   | <b>-\$5.689.000</b>  | <b>-21%</b> |
| Cuentas con socios leudoras    | \$25.000.000        | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| <b>TOTAL ACTIVO</b>            | <b>\$74.290.002</b> | <b>\$1.062.126.646</b> | <b>\$1.221.775.609</b> | <b>\$1.408.785.128</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>\$187.009.519</b> | <b>13%</b>  |
| <b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>     |                     |                        |                        |                        |             |             |             |                      |             |
| Proveedores                    | \$0                 | \$270.641.250          | \$280.925.618          | \$292.162.642          | 25%         | 23%         | 21%         | \$11.237.025         | 4%          |
| servicios públicos por pagar   | \$0                 | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| seguridad Social x Pagar       | \$0                 | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| Otros gastos por pagar         | \$0                 | \$8.099.167            | \$8.406.935            | \$8.726.399            | 1%          | 1%          | 1%          | \$319.464            | 4%          |
| VA por Pagar                   | \$0                 | \$28.384.394           | \$29.463.000           | \$30.641.520           | 3%          | 2%          | 2%          | \$1.178.520          | 4%          |
| Préstamos a corto plazo        | \$0                 | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| <b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>    | <b>\$0</b>          | <b>\$307.124.810</b>   | <b>\$318.795.553</b>   | <b>\$331.530.561</b>   | <b>29%</b>  | <b>26%</b>  | <b>24%</b>  | <b>\$12.735.008</b>  | <b>4%</b>   |
| Préstamos a largo plazo        | \$74.290.002        | \$52.231.903           | \$27.570.948           | \$0                    | 5%          | 2%          | 0%          | -\$27.570.948        | 0%          |
| <b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>    | <b>\$74.290.002</b> | <b>\$52.231.903</b>    | <b>\$27.570.948</b>    | <b>\$0</b>             | <b>5%</b>   | <b>2%</b>   | <b>0%</b>   | <b>-\$27.570.948</b> | <b>0%</b>   |
| <b>TOTAL PASIVO</b>            | <b>\$74.290.002</b> | <b>\$359.356.713</b>   | <b>\$346.366.501</b>   | <b>\$331.530.561</b>   | <b>34%</b>  | <b>28%</b>  | <b>24%</b>  | <b>-\$14.835.939</b> | <b>-4%</b>  |
| Capital                        | \$0                 | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| Reservas                       | \$0                 | \$0                    | \$0                    | \$0                    | 0%          | 0%          | 0%          | \$0                  | 0%          |
| Resultado ejercicio            | \$0                 | -\$501.303.521         | \$187.377.104          | \$228.454.043          | -47%        | 15%         | 16%         | \$41.076.939         | 18%         |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>        | <b>\$0</b>          | <b>-\$501.303.521</b>  | <b>\$187.377.104</b>   | <b>\$228.454.043</b>   | <b>-47%</b> | <b>15%</b>  | <b>16%</b>  | <b>\$41.076.939</b>  | <b>18%</b>  |
| Cuentas con socios acreedoras  | \$0                 | \$1.204.073.454        | \$688.032.004          | \$848.800.523          | 113%        | 56%         | 60%         | \$160.768.520        | 19%         |
| <b>PASIVO + PATRIMONIO</b>     | <b>\$74.290.002</b> | <b>\$1.062.126.646</b> | <b>\$1.221.775.609</b> | <b>\$1.408.785.128</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>\$187.009.519</b> | <b>13%</b>  |

Nota: Elaboración propia

El activo corriente para el primer año equivale a **\$1.023 MM COP** el cual está compuesto por inventarios que corresponde al **66%**, siendo el más representativo debido a la actividad económica de la empresa que es la producción y comercialización de bicicletas, es por esta razón que la compañía decidió tener un stock para suplir los días no productivos de la empresa, esto para cumplir

con la demanda del mercado. El otro rubro representativo es caja que corresponde al **27%** del total de activo corriente, este rubro presenta un incremento del **28%** en el año 3 vs 2 que corresponde a **\$168 MM COP**. Para el activo no corriente se evidencia un comportamiento estable debido que la empresa no ha incurrido en la adquisición de nueva maquinaria.

El análisis del pasivo y el patrimonio fue tomado con el total de la suma de estas dos cuentas. El pasivo de la empresa se compone por cuatro rubros donde el más importante es proveedores con un **25%** por la compra de materias primas para mantener la operación, entre el segundo y tercer año tiene un crecimiento del **4%** que representa **\$11 MM COP**, de igual manera se tienen dos rubros que son IVA y otros gastos que representan el 4% en el primer año.

El pasivo a largo plazo nace de la deuda total de la empresa que corresponde a **\$74,3 MM COP** que de acuerdo con la proyección del pago este rubro será pagado en su totalidad para el tercer año, es por esta razón que en el primer año participa con un **5%** para el segundo año participa con un **2%** y para el tercer año un **0%**.

Para el patrimonio de la empresa Pedals Innovation Custom SAS, se refleja que el primer año tiene una pérdida de **\$501 MM COP** más la deuda que tiene que pagar de **\$74 MM COP**, sin embargo, con el comportamiento de los años siguientes se proyecta que esta inversión se va a recuperar a partir del cuarto año, debido a que en el segundo y tercer año se está recuperando aproximadamente **\$400 MM COP** teniendo un crecimiento entre el año 3 vs el año 2 de **18%** que equivalen a **\$41MM COP**.

## 6.6. Flujo de caja proyectado

A continuación, se reflejará el flujo de caja para la empresa Pedals Innovation Custom SAS en donde se mostrará la liquidez de la compañía en los primeros 3 años.

Tabla 35.

*Flujo de caja proyectado*

| <b>FLUJO DE CAJA</b>      |              |                     |                         |                          |
|---------------------------|--------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
|                           | <b>AÑO 0</b> | <b>AÑO 1</b>        | <b>AÑO 2</b>            | <b>AÑO 3</b>             |
| <b>CAJA INICIAL</b>       |              | <b>\$17.716.001</b> | <b>\$95.068.025.407</b> | <b>\$218.529.186.949</b> |
| <b>Ingresos</b>           |              |                     |                         |                          |
| <b>Ingresos de ventas</b> | \$0          | \$1.240.236.759.594 | \$1.312.170.491.651     | \$1.390.900.721.150      |
| <b>Aportes de Capital</b> | \$31.003.001 | \$0                 | \$0                     | \$0                      |
| <b>Préstamos</b>          | \$31.003.001 | \$0                 | \$0                     | \$0                      |

|                                      |                     |                            |                            |                            |
|--------------------------------------|---------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>TOTAL INGRESOS y CAJA INICIAL</b> | <b>\$62.006.003</b> | <b>\$1.240.254.475.595</b> | <b>\$1.407.238.517.058</b> | <b>\$1.609.429.908.099</b> |
| <b>Egresos</b>                       |                     |                            |                            |                            |
| <b>Inversión Inicial</b>             | \$44.290.002        | \$0                        | \$0                        | \$0                        |
| <b>Pago a Proveedores</b>            | \$0                 | \$1.104.468.750.000        | \$1.146.438.562.500        | \$1.192.296.105.000        |
| <b>Gastos de personal</b>            | \$0                 | \$210.600.000              | \$223.236.000              | \$236.630.160              |
| <b>Pago de Seguridad Social</b>      | \$0                 | \$67.392.000               | \$71.435.520               | \$75.721.651               |
| <b>Alquileres</b>                    | \$0                 | \$36.000.000               | \$37.368.000               | \$38.862.720               |
| <b>Pago de Intereses</b>             | \$0                 | \$3.497.139                | \$2.938.720                | \$2.317.312                |
| <b>Pago de préstamos</b>             | \$0                 | \$4.950.519                | \$5.508.937                | \$6.130.345                |
| <b>Otros gastos</b>                  | \$0                 | \$27.995.833               | \$29.059.675               | \$30.163.943               |
| <b>Pago Impuesto Renta</b>           | \$0                 | \$0                        | \$0                        | \$0                        |
| <b>Pago de IVA</b>                   |                     | \$40.367.264.698           | \$41.901.220.757           | \$43.577.269.587           |
| <b>Pago utilidades</b>               | \$0                 | \$0                        | \$0                        | \$0                        |
| <b>TOTAL PAGOS</b>                   | <b>\$44.290.002</b> | <b>\$1.145.186.450.189</b> | <b>\$1.188.709.330.109</b> | <b>\$1.236.263.200.718</b> |
| <b>CAJA FINAL</b>                    | <b>\$17.716.001</b> | <b>\$95.068.025.407</b>    | <b>\$218.529.186.949</b>   | <b>\$373.166.707.381</b>   |

Nota: Elaboración propia

El flujo comenzará con un saldo inicial en la caja de **\$5 MM COP**, y se puede evidenciar el comportamiento de ingresos y egresos que tiene la compañía Pedals Innovation Custom SAS para hacer frente a sus obligaciones, dando a conocer los excesos de liquidez que tiene la compañía debido que al final de cada periodo tiene en promedio **\$400 MM COP** de caja final.

## 6.7. Análisis indicadores financieros

- **LIQUIDEZ:** En general la empresa está en la capacidad de cumplir con los pagos de las obligaciones a corto plazo, para entender mejor esto se presenta a continuación un análisis de los indicadores más representativos:

Tabla 36.

Indicador financiero: Liquidez

| INDICADORES FINANCIEROS |         |       |       |       |
|-------------------------|---------|-------|-------|-------|
| LIQUIDEZ                | FÓRMULA | Año 1 | Año 2 | Año 3 |

|                       |   |     |     |     |
|-----------------------|---|-----|-----|-----|
| <b>Liquidez Total</b> | Activo Corriente /<br>Pasivo Corriente            | 3,3 | 3,7 | 4,2 |
| <b>Prueba Ácida</b>   | Activo Corriente -<br>Exist. /Pasivo<br>Corriente | 1,1 | 1,4 | 1,8 |
| <b>Caja</b>           | Caja / Pasivo<br>Corriente                        | 0,9 | 1,3 | 1,7 |

Nota: Elaboración propia

**LIQUIDEZ TOTAL:** En el primer año se evidencia que la empresa tiene capacidad de pagar las obligaciones a corto plazo y así mismo para los dos años siguientes hay un crecimiento que favorece a la liquidez de la empresa.

**PRUEBA ACIDA:** Se evidencia que Pedals Innovation Custom SAS, puede cubrir sus obligaciones a corto plazo sin necesidad de emplear los inventarios o activos fijos, debido a que para el primer año se tiene un indicador de 1.1, queriendo decir que se pueden convertir las cuentas por cobrar rápidamente en efectivo, cubriendo así de forma ágil y rápida las obligaciones a corto plazo.

**CAJA:** Para el primer año será un poco complejo pagar las obligaciones a corto plazo con los recursos inmediatos, debido a que el indicador está en 0.9, sin embargo, para los años siguientes se evidencia un crecimiento importante terminando en el tercer año con un 1.7, indicando que no tiene dificultad para cubrir el 100% de su operación.

- **SOLVENCIA:** La empresa Pedals Innovation Custom SAS, presenta el siguiente análisis de los indicadores más relevantes de solvencia:

Tabla 37.

*Indicador financiero: Solvencia*

| <b>INDICADORES FINANCIEROS</b> |                                     |              |              |              |
|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>SOLVENCIA</b>               |                                     | <b>Año 1</b> | <b>Año 2</b> | <b>Año 3</b> |
| <b>Endeudamiento</b>           | Total, Pasivo / Total<br>Patrimonio | -0,7         | 1,8          | 1,5          |
| <b>Solvencia</b>               | Activo Realizable /<br>Total Pasivo | 3,0          | 3,5          | 4,2          |

Nota: Elaboración propia

**ENDEUDAMIENTO:** Dado que Pedals Innovation Custom SAS tiene financiado el 100% del capital en el primer año, se recomienda que para los años siguientes la empresa se concentre en cumplir con el pago de la obligación absteniéndose de adquirir nuevas deudas, esto debido a que el índice está por encima del óptimo que es de 0.75 puntos.

**SOLVENCIA:** La empresa tiene la capacidad de pagar sus deudas a largo plazo, sin embargo, en los tres primeros años se evidencia que tenemos activos improductivos debido al nivel de inventarios, puesto que este rubro participa un 30% del ingreso, porcentaje que es necesario para cubrir los días que no tenga operación el área de producción de Pedals Innovation Custom SAS (Vacaciones).

- **RENTABILIDAD:** Con el fin de conocer la rentabilidad de Pedals Innovation Custom SAS se presenta el ROI como indicador más relevante:

Tabla 38.

*Indicador financiero: Rentabilidad*

| INDICADORES FINANCIEROS             |   |         |        |        |
|-------------------------------------|---|---------|--------|--------|
| RENTABILIDAD                        |   | Año 1   | Año 2  | Año 3  |
| <b>Rentabilidad económica (ROI)</b> | BAIT/ Activo Neto<br>= Margen *<br>Rotación | -46,37% | 15,84% | 17,81% |

*Nota:* Elaboración propia

**ROI:** Se identifica que el primer año tendremos una rentabilidad negativa, en el segundo año se observa un porcentaje de rentabilidad mejor del 15.84%, sin embargo, no suficiente para cubrir la pérdida del primer año, aunque para el tercer año este indicador es del 17.81%, si el comportamiento se sigue manteniendo en el cuarto año se cubriría el 100% de la rentabilidad del primer año.



## Referencias

- DIAN (2012). Resolución 000139 de 2012: Clasificación industrial internacional uniforme, revisión 4 adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de [https://www.dian.gov.co/ciiu/Documents/Resolucion\\_000139\\_21\\_Nov\\_2012.pdf](https://www.dian.gov.co/ciiu/Documents/Resolucion_000139_21_Nov_2012.pdf)
- Ministerio de industria, comercio y turismo (2019) Decreto 957 de 2019 Artículo 2.2.1.13.2.2. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20957%20DEL%205%20DE%20JUNIO%20DE%202019.pdf>
- Policía nacional (2016) Ley 1801 de 2016 Código de policía artículo 87. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de <https://www.policia.gov.co/sites/default/files/ley-1801-codigo-nacional-policia-convivencia.pdf>
- OMPI (2020) Clasificación NIZA. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de <https://www.wipo.int/classifications/nice/es/index.html>
- Santiago, G. (2011), Permanencia, relevancia y crecimiento: los retos para negra modelo de un mercado de titanés. Recuperado de <http://ri.iberro.mx:8080/viewer/?code=015400>
- Secretaría Senado (2008) Ley 1258 de 2008. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- Superintendencia industria y comercio (2020) Consulta diseños distintivos. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de <https://sipi.sic.gov.co/sipi/Extra/IP/TM/Qbe.aspx?sid=637386529333707207>
- UAE Cuerpo oficial de bomberos de Bogotá (2016) Concepto técnico para apertura de establecimientos. Recuperado el 18 de octubre de 2020 de <http://www.bomberosbogota.gov.co/transparencia/informacion-interes/faqs/%C2%BFqu%C3%A9-concepto-t%C3%A9cnico-y-cu%C3%A1les-requisitos-se-deben-tener#:~:text=El%20Concepto%20T%C3%A9cnico%20de%20Bomberos,presentan%20en%20las%20edificaciones%20o>

## Anexos

### Anexo 1

- Oficina de patentes

#### - WIPO

Las empresas encontradas no se encuentran en el país, por tanto, nuestro emprendimiento sería la primera empresa de este tipo registrada por una agencia de patentes en Colombia.

|   |
|---|
| 015980493 - Velofix DIRECTO   |
| Estado: Registrado (2017-02-28)   |
| (151) Fecha de registro<br>2017-02-24   |
| (210) Número de serie de la aplicación<br>015980493   |
| (220) Fecha de presentación de la solicitud<br>2016-10-28   |
| (270) Idioma (s) de la aplicación<br>es   |
| (180) Fecha de vencimiento prevista del registro / renovación<br>2026-10-28   |
| (541) Reproducción de la marca donde la marca está representada en caracteres estandar<br>Velofix DIRECTO   |
| (550) Indicación relativa a la naturaleza o tipo de marca<br>Individual   |
| (550) Indicación relativa a la naturaleza o tipo de marca<br>Palabra  |
| (731) Nombre y dirección del solicitante<br>VELOFIX HOLDINGS LTD.<br>233 35 WEST 5TH AVENUE<br>VANCOUVER British Columbia BC V5Y 1H4<br>CANADA  |
| (740) Nombre y dirección del representante<br>STUDIO TORTA S.p.A.<br>Via Vittori, 9<br>I-10121 Torino<br>ITALIA   |
| (521) Indicación en el sentido de que la marca ha adquirido carácter distintivo mediante el uso en el comercio<br>falso   |
| (511) La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para los Fines del Registro de Marcas (Clasificación de Niza) y la lista de productos y servicios clasificados de acuerdo con la misma<br>35 entrega de bicicletas.<br>40 montaje de bicicletas para terceros, servicios de montaje de bicicletas a medida para terceros. |
| (300) Datos relacionados con la prioridad en virtud del Convenio de París y otros datos relacionados con el registro de la marca en el país de origen<br>CA 2016-05-13 1782385-00   |

#### - LATIPAT

No se encontró ninguna empresa dedicada a la fabricación de bicicletas personalizadas.

# LATIPAT

**Espacenet**  
Búsqueda de patentes  
Un servicio en cooperación con la OEP

Contacto  
Cambia de país

---

← Sobre Espacenet Otros servicios en línea de EPO

Búsqueda

Resultados

Mi lista de patentes (0)

Historial

Configuración

Ayuda

Refinar la búsqueda → Página de resultados 1

Búsqueda inteligente

Búsqueda avanzada

Búsqueda de clasificaciones

---

**Ayuda rápida**

- ¿Es posible suscribirse a un aviso RSS de la lista de resultados?
- ¿Qué hace el lector RSS con la lista de resultados?
- ¿Se puede exportar la lista de resultados?
- ¿Qué pasa si quisiera descargar portadas?
- ¿Por qué el número de resultados es a veces solo aproximado?
- ¿Por qué se limita la lista a 500 resultados?
- ¿Se puede desactivar el resultado?
- ¿Por qué algunos veces no se muestran ciertos documentos en la lista de resultados?
- ¿Se puede ordenar la lista de resultados?
- ¿Qué pasa si quisiera en el icono de la estrella?
- ¿Qué son los documentos XP?
- ¿Se puede guardar la búsqueda?

Enlaces relacionados

### LISTA DE RESULTADOS

Seleccionar todos (0/25)  Compactar  Exportar ( CSV | XLS )  Descargar primeras páginas  Imprimir

Aproximadamente 3.938 resultados encontrados en la base de datos LP para: **txt = bicicletas** usando Búsqueda inteligente. Sólo se visualizan los primeros 500 resultados.

Los resultados están clasificados por fecha de incorporación en la base de datos

1. **disposición constructiva en reboque para bicicletas infantiles**

| Inventor:               | Solicitante:          | CPC:                        | IPC:                                    | Información de publicación:      | Fecha de prioridad: |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------------|---|----------------------------------|---------------------|
| ★ MARCELO VERONEZE [BR] | MARCELO VERONEZE [BR] | B62K13/02<br>B62K27/04 (+2) | B62H7/00<br>B62K13/02<br>B62K27/04 (+2) | EP20201600686 (U2)<br>2020-07-28 | 2019-01-14          |

2. **pneu de bicicleta, e, roda de bicicletas**

| Inventor:                                    | Solicitante:          | CPC:  | IPC:                  | Información de publicación:      | Fecha de prioridad: |
|--|-----------------------|---|-----------------------|----------------------------------|---------------------|
| ★ LAURA ERIBIZZONI [IT]<br>PAOLO BRIVIO [IT] | PIRELLI TYRE SPA [IT] | B60L2200/12<br>B60L2270/36<br>B60L53/12 (+15) | B60C11/00<br>B60C9/06 | BR11202001570 (A2)<br>2020-07-21 | 2017-07-31          |

3. **sistema e método para fijar, recargar e operar una bicicleta eléctrica**

| Inventor:                                       | Solicitante:                  | CPC:  | IPC:                                   | Información de publicación:      | Fecha de prioridad: |
|---|-------------------------------|---|--|----------------------------------|---------------------|
| ★ ALAIN ST-JACQUES [CA]<br>DANIEL LÉVESQUE [CA] | PBSC URBAN SOLUTIONS INC [CA] | B60L2200/12<br>B60L2270/36<br>B60L53/12 (+15) | B62H3/00<br>B62H5/14<br>G06B7/100 (+5) | BR11202000776 (A2)<br>2020-07-14 | 2017-07-14          |

4. **CICLOESTACION PARA RENTA DE BICICLETAS**

| Inventor:                   | Solicitante:   | CPC:     | IPC:                                   | Información de publicación:    | Fecha de prioridad: |
|-----------------------------|--|----------|--|--------------------------------|---------------------|
| ★ ISMAEL FLORES ARROYO [MX] | OUTDOOR MEXICO SERVICIOS PUBLICITARIOS S DE RL DE C V [MX] | B62H3/00 | B62H3/02<br>B62H3/08<br>G06B10/06 (+3) | MX2018006857 (A)<br>2019-12-08 | 2018-06-05          |

5. **Sistema para la estabilización de la dirección en vehículos para personas con movilidad reducida y otros controlados mediante manillar**

## - USPTO

No se encontró ninguna empresa dedicada a la fabricación de bicicletas personalizadas.

### USPTO PATENT FULL-TEXT AND IMAGE DATABASE

[Home](#)
[Quick](#)
[Advanced](#)
[Pat Num](#)
[Help](#)
[Bottom](#)
[View Cart](#)

Buscando colección de patentes de EE. UU ...

Resultados de la búsqueda en la colección de patentes de EE. UU. Db para:  
bicicletas : 6 patentes.  
Aciertos del 1 al 6 de 6

Salta a

refinar búsqueda

| PALMADITA. NO.               | Titulo  |
|------------------------------|---|
| 1 <a href="#">10,223,439</a> | <a href="#">Sistemas y métodos para proporcionar refinamientos de consultas de búsqueda</a>           |
| 2 <a href="#">D800,056</a>   | <a href="#">Torre de servicios públicos configurable con energía solar</a>                            |
| 3 <a href="#">9,495,443</a>  | <a href="#">Sistemas y métodos para proporcionar refinamientos de consultas de búsqueda</a>           |
| 4 <a href="#">9,321,472</a>  | <a href="#">Carro para usar con bicicleta de pedales u otro vehículo que se inclina en las curvas</a> |
| 5 <a href="#">8,504,584</a>  | <a href="#">Sistemas y métodos para proporcionar refinamientos de consultas de búsqueda</a>           |
| 6 <a href="#">8,065,316</a>  | <a href="#">Sistemas y métodos para proporcionar refinamientos de consultas de búsqueda</a>           |

## • Información del mercado

### - Google Scholar

Teniendo en cuenta la investigación realizada en Google Scholar se encontraron dos documentos de proyectos fuera del país; el primero es de España el cual buscaba desarrollar una bicicleta mediante el uso del aluminio la cual fuera accesible a todas las personas. La segunda es en Ecuador donde se pretende crear una empresa dedicada a la personalización de bicicletas acorde al gusto del cliente.

DOCUMENTO: MEMORIA (1-6)

## Trabajo Fin de Grado



|   |  |
|---|--|
| <p><b>Título</b></p> <p>Diseño y Desarrollo de una bicicleta urbana</p> <p><b>Documento</b></p> <p>2013_02_01 Memoria</p> <p><b>Autor</b></p> <p>Luis Tirso Esteve Seral</p> <p><b>Directores</b></p> <p>David Ranz<br/>Ramón Miralbes</p> <p><b>Facultad</b></p> <p>EINA<br/>Grado de Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo Del producto<br/>2013</p> | <p><b>UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO</b><br/><b>FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES</b></p> <p><b>Tema</b></p> <p><b>ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE BICICLETAS PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.</b></p> <p><b>INSTRUCTIVO PARA LA OPCIÓN PLAN DE NEGOCIOS</b></p> <p><b>Autor.</b><br/>César Kléber Garzón Goya</p> |
|---|--|

**Google Scholar**

Artículos Aproximadamente 1.420 resultados (0,93 s)

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Cualquier momento</b></p> <p>Desde 2020</p> <p>Desde 2019</p> <p>Desde 2018</p> <p>Intervalo específico...</p> <hr/> <p><b>Ordenar por relevancia</b></p> <p>Ordenar por fecha</p> <hr/> <p><b>Cualquier idioma</b></p> <p>Buscar sólo páginas en español</p> <hr/> <p><input checked="" type="checkbox"/> Incluir patentes</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Incluir citas</p> <hr/> <p> Crear alerta</p> | <p><b>[PDF] Diseño y Desarrollo de una bicicleta urbana</b> <span style="float: right;">[PDF] core.ac.uk</span></p> <p>LTE Seral - 2013 - core.ac.uk<br/>... Para el diseño y desarrollo de esta <b>bioletoleta</b> un bene se analizarán todos los tipos de <b>bioletoletas</b> para así tener una visión objetiva de todo el entorno urbano. Se analizarán los problemas encontrados en el entorno urbano y se intentarán combinarlos con ...<br/>☆ 00 00</p> <p><b>La fija: Herramienta interactiva de la bicicleta de piñón fijo</b> <span style="float: right;">[PDF] 35.227.45.16</span></p> <p>... 18 Imagen 4: Vans Custom. Fuente: (Vans, 2019). ... Imagen 5: Porcentaje de tiempo utilizando la <b>bioletoleta</b> piñón fijo. Fuente: propia. ¿Cómo se enteró de las <b>bioletoletas</b> piñón fijo? La tendencia de la <b>bioletoleta</b> piñón fijo está aumentando cada día. Los usuarios responsabilizan que las ...<br/>☆ 00 00 Artículos relacionados Les 2 versiones 00</p> <p><b>Análisis de viabilidad de la aplicación de aerosol microaleados al diseño de un cuadro de bicicleta obtenido por hidroconformado</b> <span style="float: right;">[PDF] uva.es</span></p> <p>E Blanco Méndez - 2015 - uvaoc.uva.es<br/>... <b>Bioletoleta</b> de aluminio. Fuente: http://www.solostocks.com/vente-productos/bioletoletas-accesorios/biois-urbanas/bioletoleta-paseo-26-aluminio-shimano-18v-8633782 Figura 11. <b>Bioletoleta</b> de fibra de carbono. ... Fuente: http://www.ih-tube.com/custom-hydroforming.html Figura 17 ...<br/>☆ 00 00</p> <p><b>La bicicleta como soporte gráfico:—La personalización de la gráfica aplicada a bicicletas</b> <span style="float: right;">[PDF] uchile.cl</span></p> <p>BCA Pastor Durán - 2009 - repositorio.uchile.cl<br/>... En este ámbito surge de inmediato la palabra "hinchamiento", la producción <b>autómatom</b> en su ma ... La industria de la <b>bioletoleta</b> (como la del automóvil, la de los Yates, incluso la de ... que este pueda tener el "control" sobre esta, desde la concepción geométrica (<b>bioletoleta</b> "a medida" ...<br/>☆ 00 00 Artículos relacionados Les 4 versiones 00</p> <p><b>[Libro] La revolución silenciosa: la bicicleta como motor de cambio en el siglo XXI</b></p> <p>D Cabezas González-Garzón - 2017 - books.google.com<br/>... <b>bioletoletas</b> —como los <b>bioletoletas</b> Italianos o los <b>bioletoletas</b> Rastah que pervivieron durante todo el siglo XXI (el último de ellos, el suizo, no desapareció hasta 2001) y se aplicó a las <b>bioletoletas</b> el ingenio militar más puntero, desde incorporar armas hasta la <b>bioletoleta</b> plegable, que ...<br/>☆ 00 00 Citado por 3 Artículos relacionados Les 2 versiones 00</p> <p><b>Bicicleta Urbana Híbrida</b> <span style="float: right;">[PDF] uba.ar</span></p> <p>LC Molter - 2009 - clana.fedu.uba.ar<br/>... especialmente a quien nos la fabricó, Sebastián Bohler Crespi de <b>SBC CUSTOM</b>, que siempre estuvo ahí para responder a todas nuestras consultas y fue nuestro ... <b>Bionda-Puma</b> Fig. 3 Estas <b>bioletoletas</b> permiten una mayor autonomía y al <b>plegado</b> ... autonomía de una <b>bioletoleta</b> ...<br/>☆ 00 00 Les 2 versiones 00</p> <p><b>[CHIAI] Urbanismo de bicicletas adaptadas</b></p> <p>H Shinohara - Materia Arquitectura, 2010<br/>☆ 00 00</p> <p><b>ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE BICICLETAS PARA LA CIUDAD DE ...</b> <span style="float: right;">[PDF] uees.edu.ec</span></p> <p>CK Garzón Goya - 2014 - repositorio.uees.edu.ec<br/>... para implementarse en el estudio a realizar. La comercialización y uso de <b>bioletoletas</b> está dirigido a que no existe en ningún lugar del país que distribuyan <b>bioletoletas</b> en base al pedido del cliente, siempre comprando las <b>bioletoletas</b> en base a lo que está ofertando el ...<br/>☆ 00 00 Artículos relacionados Les 2 versiones 00</p> <p><b>Análisis y perspectiva del uso de la bicicleta como medio sustitutivo en transporte en el sector norte de Guayaquil.</b> <span style="float: right;">[PDF] ug.edu.ec</span></p> <p>MR Grandes Comedo - 2015 - repositorio.ug.edu.ec<br/>... La descripción de varios <b>bioletoletas</b> que tienen variedades y tipos de <b>bioletoleta</b> sería el target para la investigación y la viabilidad del negocio de producción de <b>bioletoletas</b>, conservación</p> |
|---|--|

- Bases de datos
- ProQuest

En la base de datos no se encuentra ningún artículo relacionado con la personalización de bicicletas en Colombia, lo encontrado es referente a México y Estados Unidos.

The screenshot shows a ProQuest search results page. The search term is "bicicleta custom". The page displays 1,125 results. On the left, there are filters for "Ordenar por" (Relevancia), "Tipo de fuente" (Revistas científicas, Libros, Trabajos de audio y de vídeo, Periódicos, Periódicos históricos), and "Fecha de publicación" (Últimos 12 meses, Últimos 5 años, Últimos 10 años). The main results list includes:

- "'Cambia' Lance Armstrong su bicicleta por una chopper" by Ramírez, Roberto. *El Norte*; Monterrey, Mexico [Monterrey, Mexico] 11 Sep 2004: 12. Newspaper.
- "'Cambia' Lance Armstrong su bicicleta por una chopper" by Ramírez, Roberto. *Reforma*; Mexico City [Mexico City] 11 Sep 2004: 14. Newspaper.
- "Se acaban cruces de línea en bicicleta" by Anonymous. *La Opinión*; Los Angeles, Calif. [Los Angeles, Calif] 21 Apr 2006: 3A. Newspaper.
- "Pasadena cumple años" by Vega, Miguel Angel. *La Opinión*; Los Angeles, Calif. [Los Angeles, Calif] 21 June 2004: 3A. Newspaper.

Each result has a "Vista previa limitada" link. A banner at the top of the results area says "These are only some of the results you may have access to..." with a button to "Inicie sesión a través de su biblioteca".

- **Science direct**

No se encontró nada relacionado con bicicletas personalizadas, lo cual no afecta nuestra idea de negocio.

The screenshot shows a web browser window with the ScienceDirect search results page. The search term is 'bicicletas', and there are 1,614 results. The page is sorted by relevance. The first result is a research article titled 'Efectos del entrenamiento en bicicleta con retroalimentación visual sobre la marcha en pacientes con esclerosis múltiple' from Neurología, March 2020. The second result is 'Accidentes de bicicleta atendidos en los Servicios de Urgencias. Estudio multicéntrico' from Anales de Pediatría, April 2014. The page includes a sidebar with filters for years (2020, 2019, 2018) and article types (Review articles, Research articles, Book chapters, Conference abstracts). A 'Registrar' button is visible in the top right corner. The Windows taskbar at the bottom shows the date and time as 2:04 p.m. on 23/08/2020.

1614 Search Results - Keywords: x +

sciedirect.com/search?q=bicicletas

ScienceDirect

Revistas y libros

Registrar Registrar

Encuentra artículos con estos términos

bicicletas

Búsqueda Avanzada

1,614 results

ordenados por relevancia | fecha

Establecer alerta de búsqueda

Refinar por:

Años

2020 (65)

2019 (58)

2018 (66)

Mostrar más

Tipo de artículo

Review articles (144)

Research articles (902)

Book chapters (154)

Conference abstracts (12)

Show more

Título de la publicación

Revista Española de Cardiología (77)

Research article • Open access

Efectos del entrenamiento en **bicicleta** con retroalimentación visual sobre la marcha en pacientes con esclerosis múltiple

Neurología, March 2020, ...

A. Hochsprung, A. Granja Domínguez, E. Magni, S. Escudero Uribe, A. Moreno García

Download PDF

Research article

Accidentes de **bicicleta** atendidos en los Servicios de Urgencias. Estudio multicéntrico

Anales de Pediatría, April 2014, ...

N. González Pacheco, R. Marañón Pardillo, P. Storch de Gracia Calvo, C. Campos Calleja, ... Grupo de Trabajo de Lesiones No Intencionadas de la Sociedad Española de Urgencias Pediátricas

¿Quieres una experiencia de búsqueda más rica?

Inicie sesión para obtener opciones de filtro adicionales, descargas de varios artículos y más.

Registrar >

Research article • Open access

Percepción de los beneficios individuales del uso de la **bicicleta** compartida como modo de transporte

Suma Psicológica, January-June 2016, ...

Edición Inaugural, Bull. Espan. Assoc. Neurol. Child, Babilonia, Ledezma

Realimentación

2:04 p. m. 23/08/2020

## Anexo 2

### Formato de prueba Bicicletas Custom

Cordial saludo; Somos estudiantes de Contaduría Pública de la Uniagustiniana, estamos realizando un plan de negocio para el proyecto BICICLETAS CRUSIER CUSTOM CHOPPER. La información personal que usted nos suministre es confidencial y no se divulgará, solo se hallarán datos generales para tomar decisiones. Es tan amable de contestar las siguientes preguntas.

1. Nombres

---

2. Su edad oscila entre

*Marca solo un óvalo.*

- 18 años a 30 años
- 30,1 años a 42 años
- 42,1 años a 54 años
- 54,1 años a 66 años
- Otro:

3. Indique el barrio donde vive

---

4. ¿Compra usted bicicletas?

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- N
- o

Si contesta no, pase a la pregunta No. 10

5. ¿Qué marcas de bicicletas compra?

---

6. ¿Donde compra las bicicletas?

Centro de bogota

Barrio Venecia

Barrio el restrepo

Barrio patio

bonito Otro cual?

Otro:

---

7. ¿Qué aspectos tiene en cuenta para la compra de una bicicleta?

8. ¿Porque motivo compra bicicletas?

para coleccionar

por hobby

por trabajo

por \_\_\_\_\_

educacion \_\_\_\_\_

por deporte

otra cual?

Otro:

---

9. ¿Que le disgusta del proceso de compra de las bicicletas en general?

10. ¿Cuántas bicicletas compra?



---

11. En promedio cuanto invierte en la compra de la bicicletas

---

12. ¿Compraría usted una bicicleta personalizada?

*Marca solo un óvalo.*

si

N

o

- 
13. ¿Qué elementos o partes personalizaría de su bicicleta?
14. ¿Qué accesorios personalizaría de subicicleta?
- 
15. De las anteriores preguntas cuales mejoraría o cambiaría

### Anexo 3

#### Formato final BicicletasCustom

Cordial saludo; Somos estudiantes de Contaduría Pública de la Uniagustiniana, estamos realizando un plan de negocio para el proyecto BICICLETAS CRUSIER CUSTOM CHOPPER. La información personal que usted nos suministre es confidencial y no se divulgará, solo se hallarán datos generales para tomar decisiones. Es tan amable de contestar las siguientes preguntas.

#### Datos

1. Nombres

---

2. Su edad oscila entre

**1.4 Marca solo un óvalo.**

- 18 años a 30 años
- 30,1 años a 42 años
- 42,1 años a 54 años
- 54,1 años a 66 años
- Otro:

3. **Indique el barrio donde vive**

---

4. 1. ¿Compra usted bicicletas?

**1.5 Marca solo un óvalo.**

- 1.1 Sí
- 1.2 No

**2 Si contesta no, pase a la pregunta No. 8**

5. 2. ¿Què marcas de bicicletas compra?

**2.1 Marca solo un óvalo.**

- 2.1 GW
- 2.2 OPTIMUS
- 2.3 RELEING
- 2.4 SHIMANO
- 2.5 TRECK
- 2.6 SPCIALIZED
- 2.7 GIAN
- T Otro:

6. 3. ¿Donde compra las bicicletas? \_\_\_\_\_

*Selecciona todos los que correspondan.*

- 3.1 Centro de Bogotá
- 3.2 Barrio Venecia
- 3.3 Barrio el Restrepo
- 3.4 Barrio patio

bonito Otro:

\_\_\_\_\_

**7. 4. ¿Qué aspectos tiene en cuenta para la compra de una bicicleta?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

- 4.1 Modelo
- 4.2 Marca
- 4.3 Sistema de cambios
- 4.4 Llantas
- 4.5 Marco
- 4.6 Color
- 4.7 Rines
- 4.8 Diseño
- 4.9 Economía
- 4.10 Resistencia
- 4.11 Freno

s Otro:

\_\_\_\_\_

**8. 5. ¿Porque motivo compra bicicletas?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

- 5.1 Para coleccionar
- 5.2 Por hobby
- 5.3 Por trabajo
- 5.4 Por educación
- 5.5 Por

deporte Otro:

\_\_\_\_\_

9. **6. ¿Que le disgusta del proceso de compra de las bicicletas en general?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

5.1 Marcas desconocidas a precio elevado

5.2 Precio y aspecto adecuado

5.3 Que no este lista a tiempo

5.4 precio accesible

5.5 No maneja

crédito Otro:

10. **6. ¿Cuántas bicicletas compra?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

6.1 1

6.2 2

6.3 3

6.4 4

Otro:

11. **7. En promedio cuanto invierte en la compra de la bicicletas**

**2.2 Marca solo un óvalo.**

7.1 \$130.000 - \$472.500

7.2 \$472.501 - \$815.000

7.3 \$815.001 - \$1.157.500

7.4 \$1.157.501 - \$1.500.000

Otro:

12. **8. ¿Compraría usted una bicicleta personalizada?**

2.3 *Marca solo un óvalo.*

8.1 Si

8.2 No

Si contesta no de por terminada la encuesta

13. **9. ¿Qué elementos o partes personalizaría de su bicicleta?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

9.1 Los pedales

9.2 Manzanas

9.3 Manubrio

9.5 Marco

9.6 Llantas

9.7 Tenedor de suspensión

9.8 El

plato Otro:

\_\_\_\_\_

14. **10. ¿Qué accesorios le pondría a su bicicleta?**

10.1 Calcomanías

10.2 Pintura

10.3 Placas

10.4 Parrilla

10.5 Asiento o patos para el acompañante

10.6 Forro para el Sillín

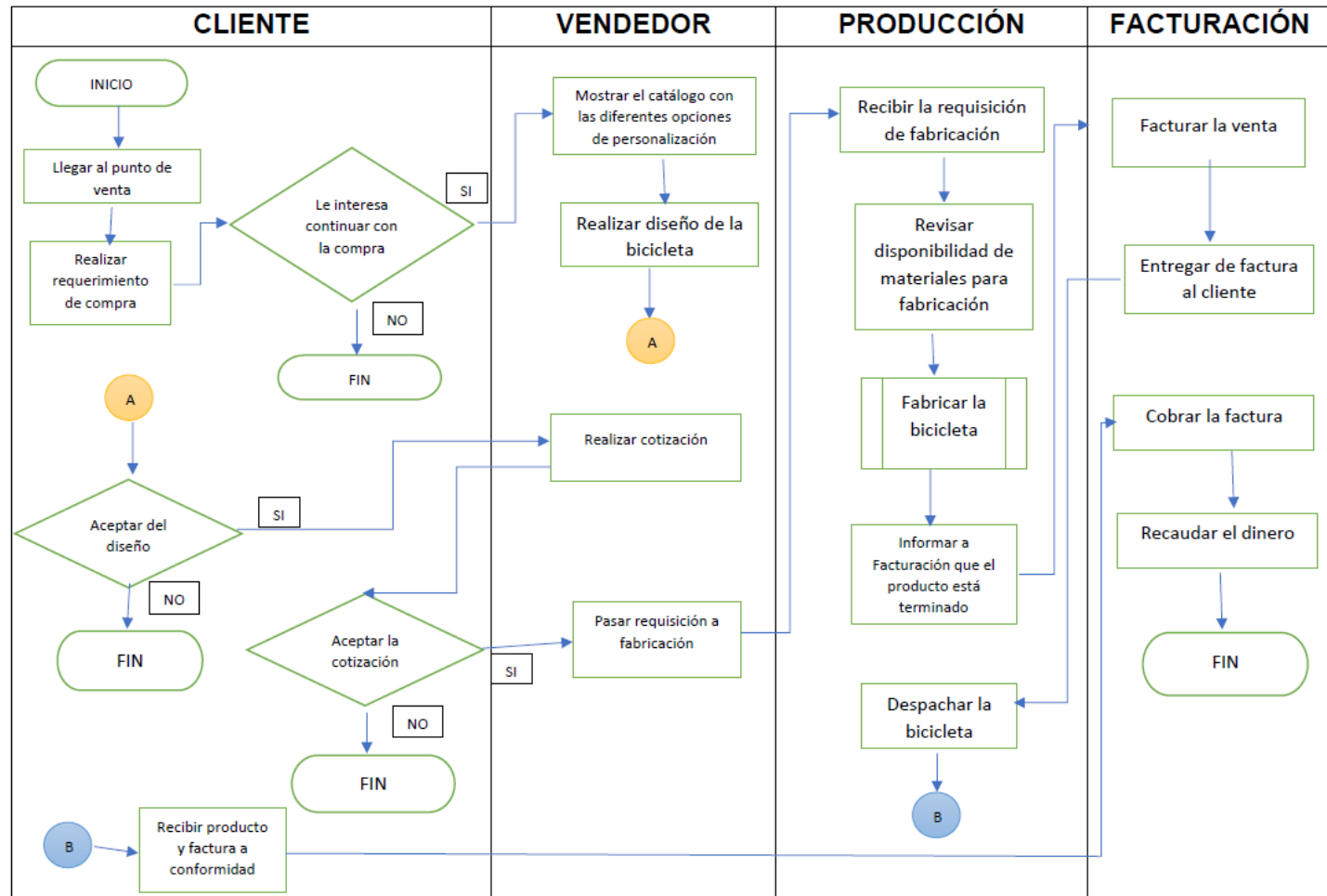
10.7 Mango

s Otro:

\_\_\_\_\_

## Anexo 4

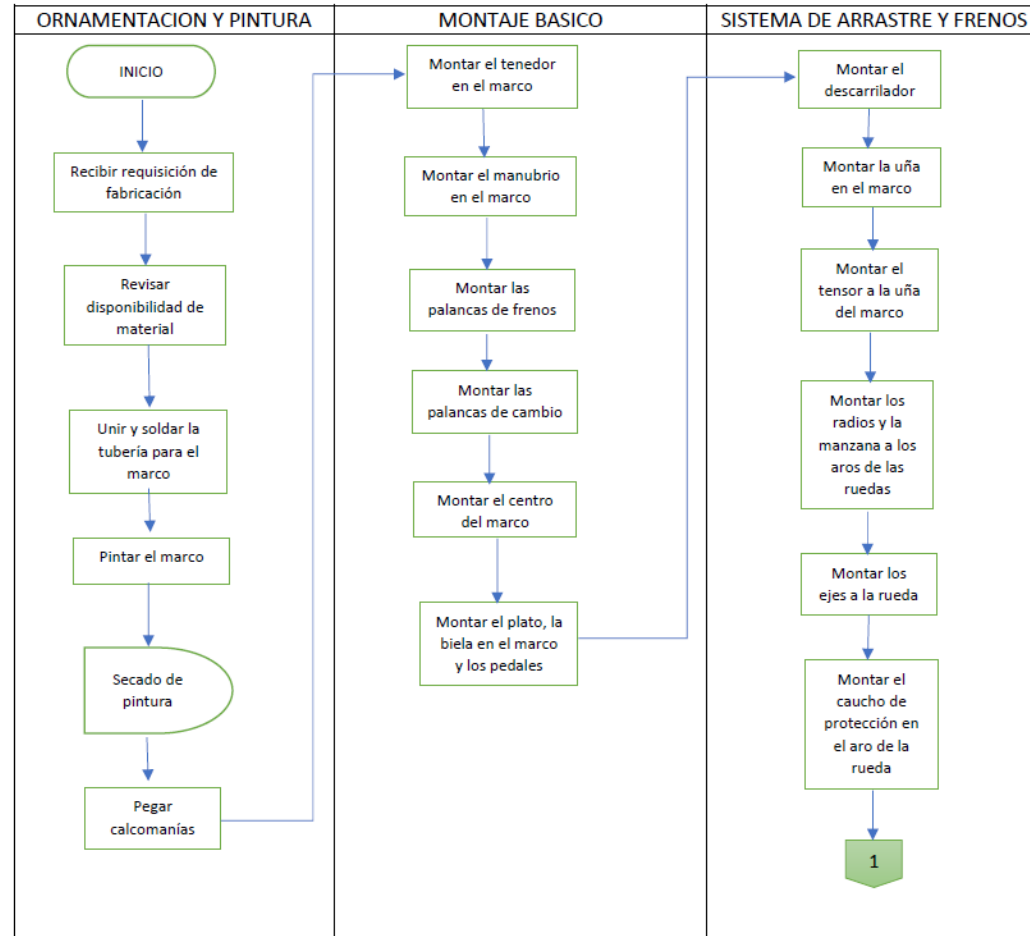
## DIAGRAMA DE FLUJO: PROCESO GENERAL DE VENTA

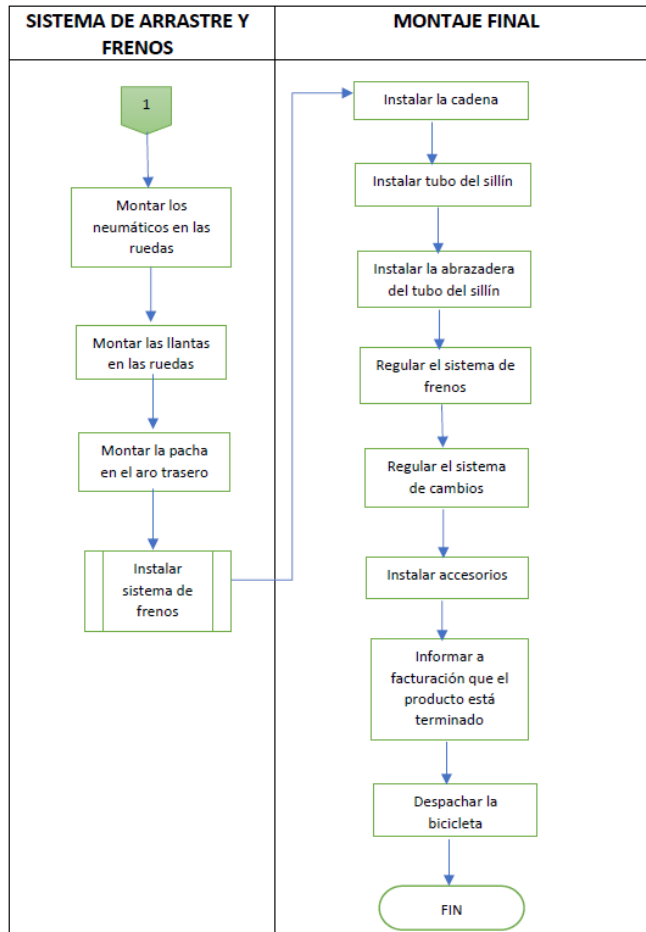


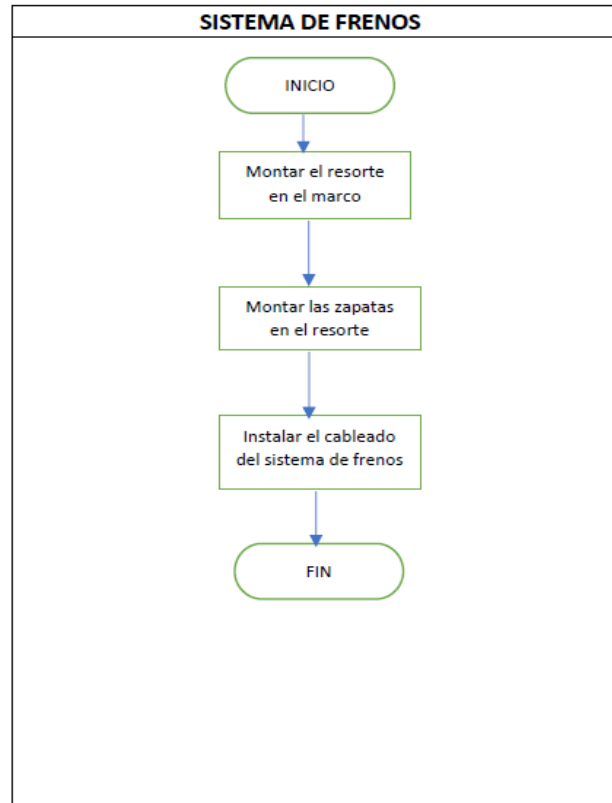


## Anexo 5

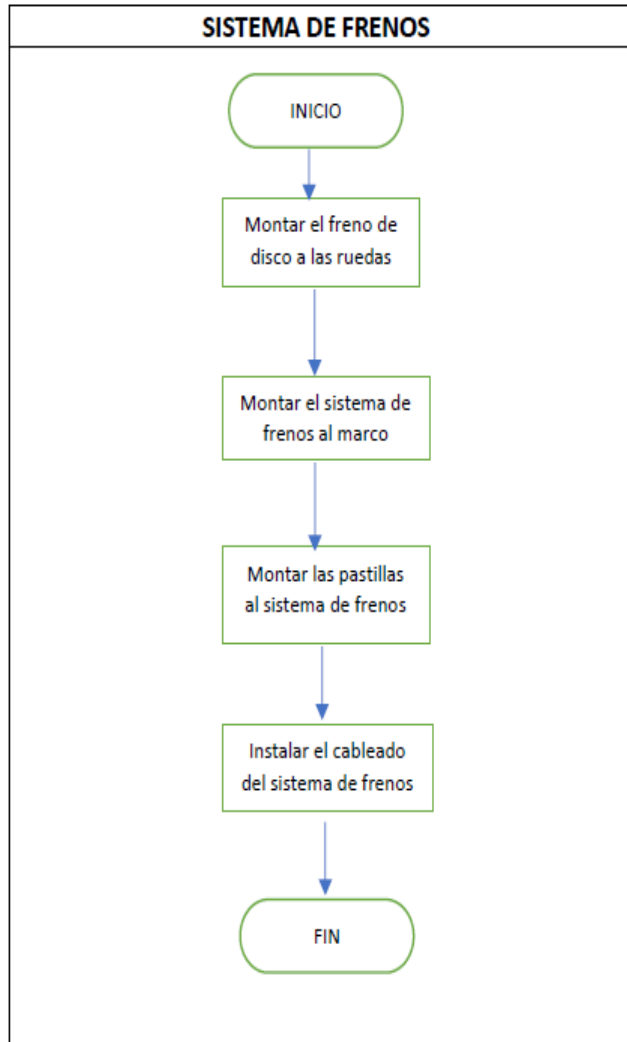
## DIAGRAMA DE FLUJO: PROCESO DE ENSAMBLE





**Anexo 6****DIAGRAMA DE FLUJO: SISTEMA DE FRENOS DE ZAPATA**

## DIAGRAMA DE FLUJO: SISTEMA DE FRENOS DE DISCO

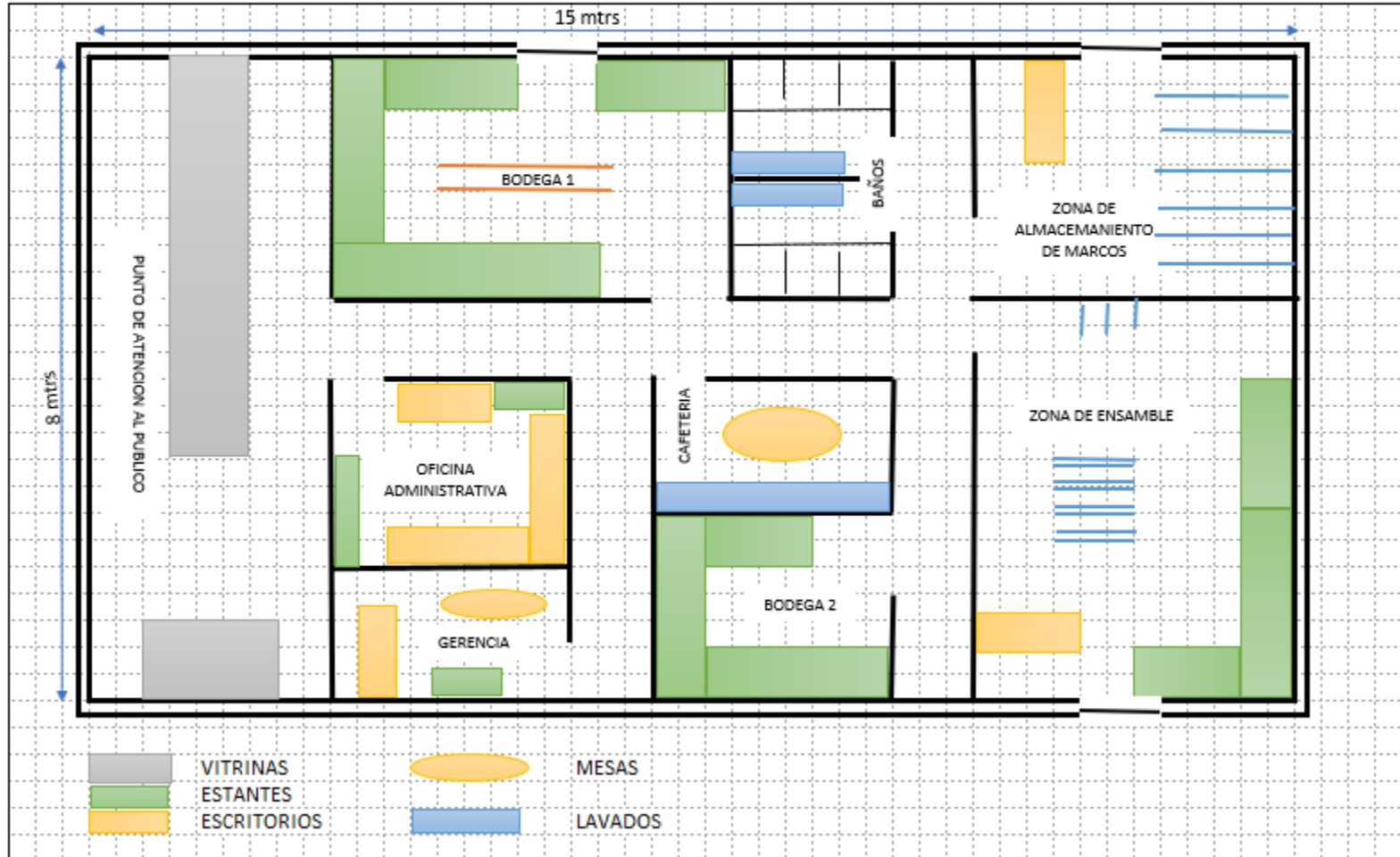


### Anexo 7

## Plano distribución de planta

Proceso realizado en la pla ENAMBLE DE BICICLETAS  
Elaborado po JEISSON CARAVALI , SINDY URIBE

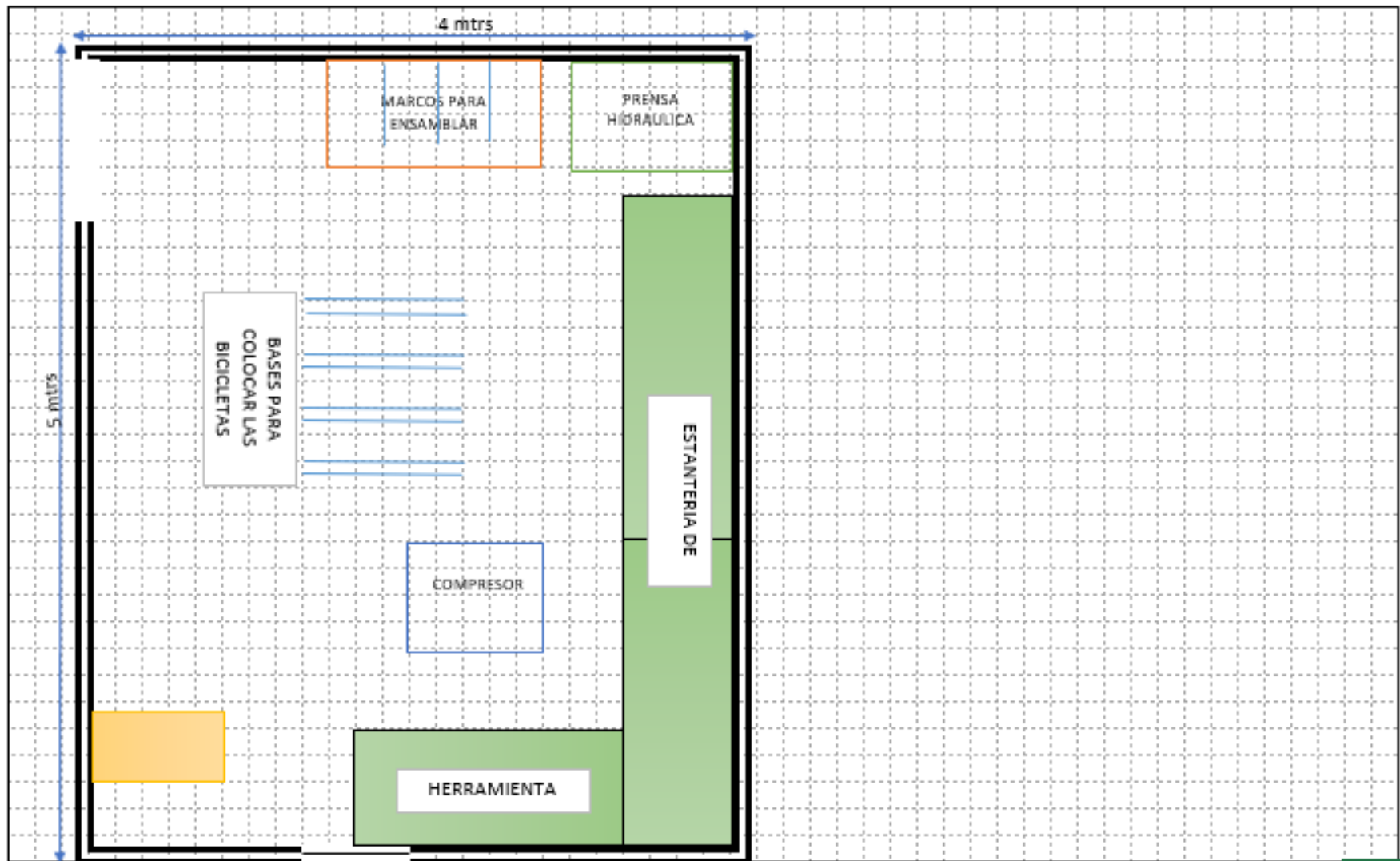
Elaborado el 30/08/2020  
Medidas e metros Escala 1:50



## Plano distribución de planta: Zona de ensamble

Proceso realizado en la plar ENAMBLE DE BICICLETAS  
Elaborado po JEISSON CARAVALI, SINDY URIBE

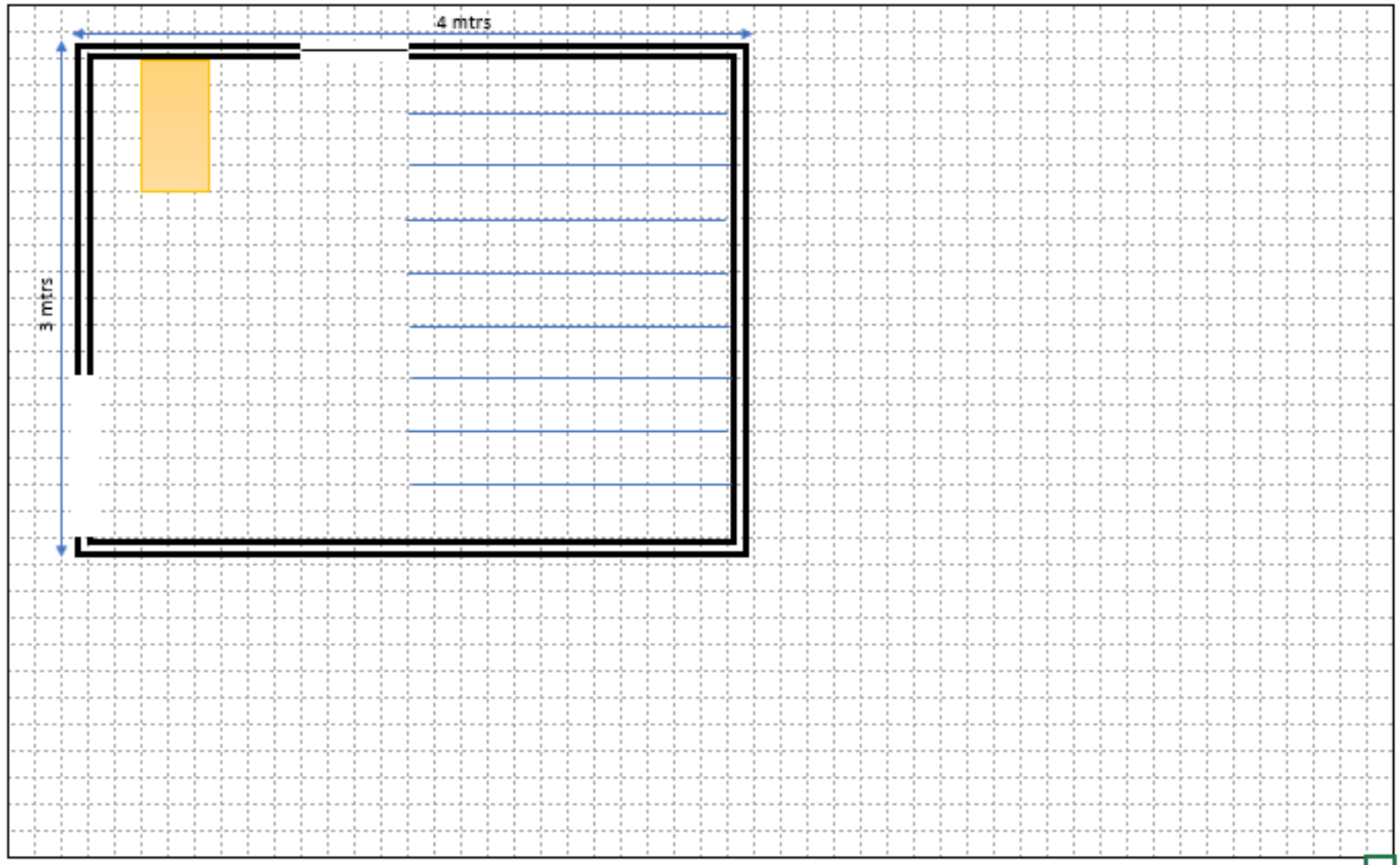
Elaborado el 30/08/2020  
Medidas en metros Escala 1:50



### Plano distribución de planta: Zona de almacenamiento de marcos

Proceso realizado en la plar ENAMBLE DE BICICLETAS  
Elaborado po JEISSON CARÁVALI , SINDY URIBE

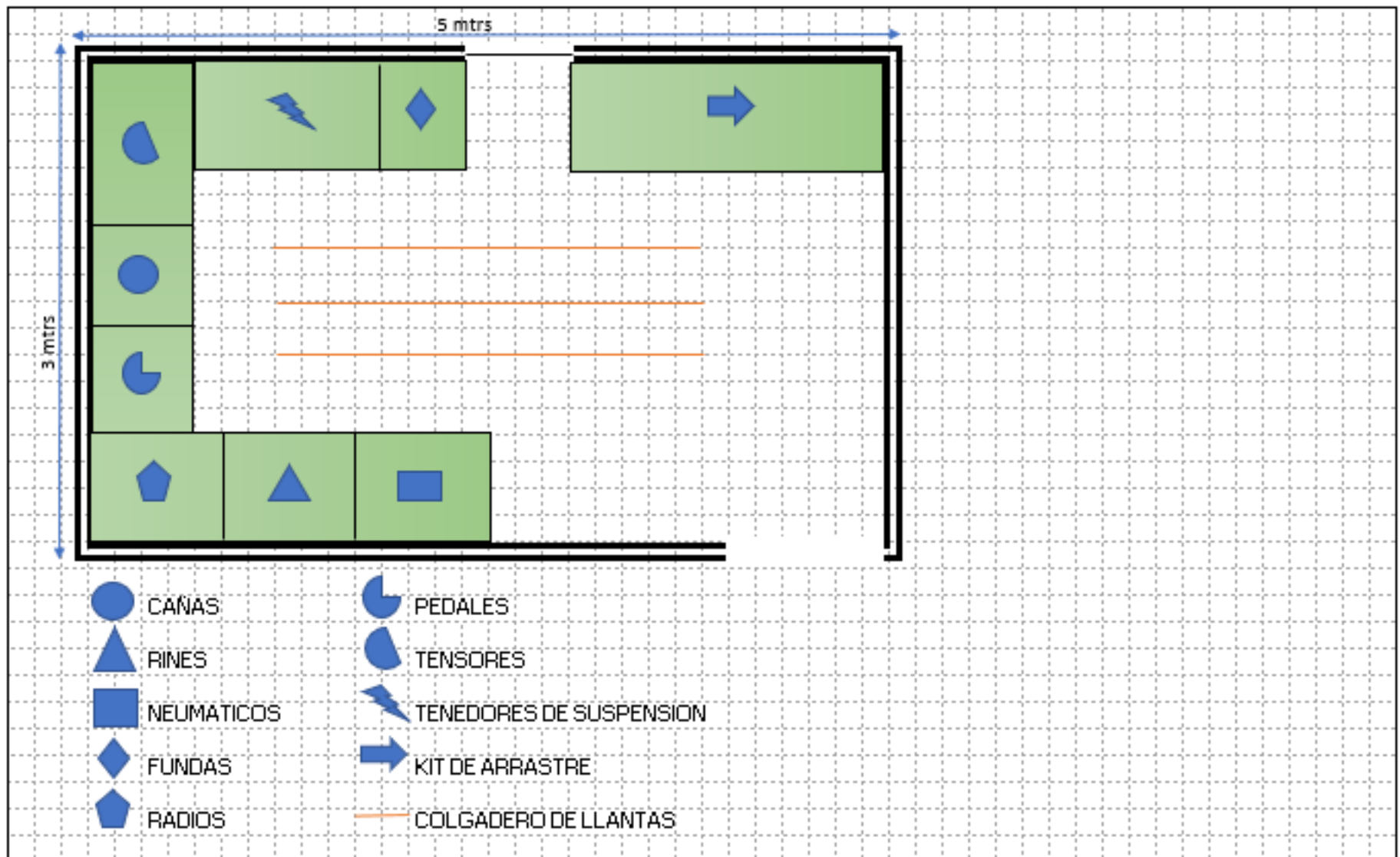
Elaborado el 30/08/2020  
Medidas en metros Escala 1:50



## Plano distribución de planta: Bodega 1

Proceso realizado en la par ENAMBLE DE BICICLETAS  
Elaborado por JEISSON CARAVALI, SINDY URIBE

Elaborado el 30/08/2020  
Medidas en metros Escala 1:50

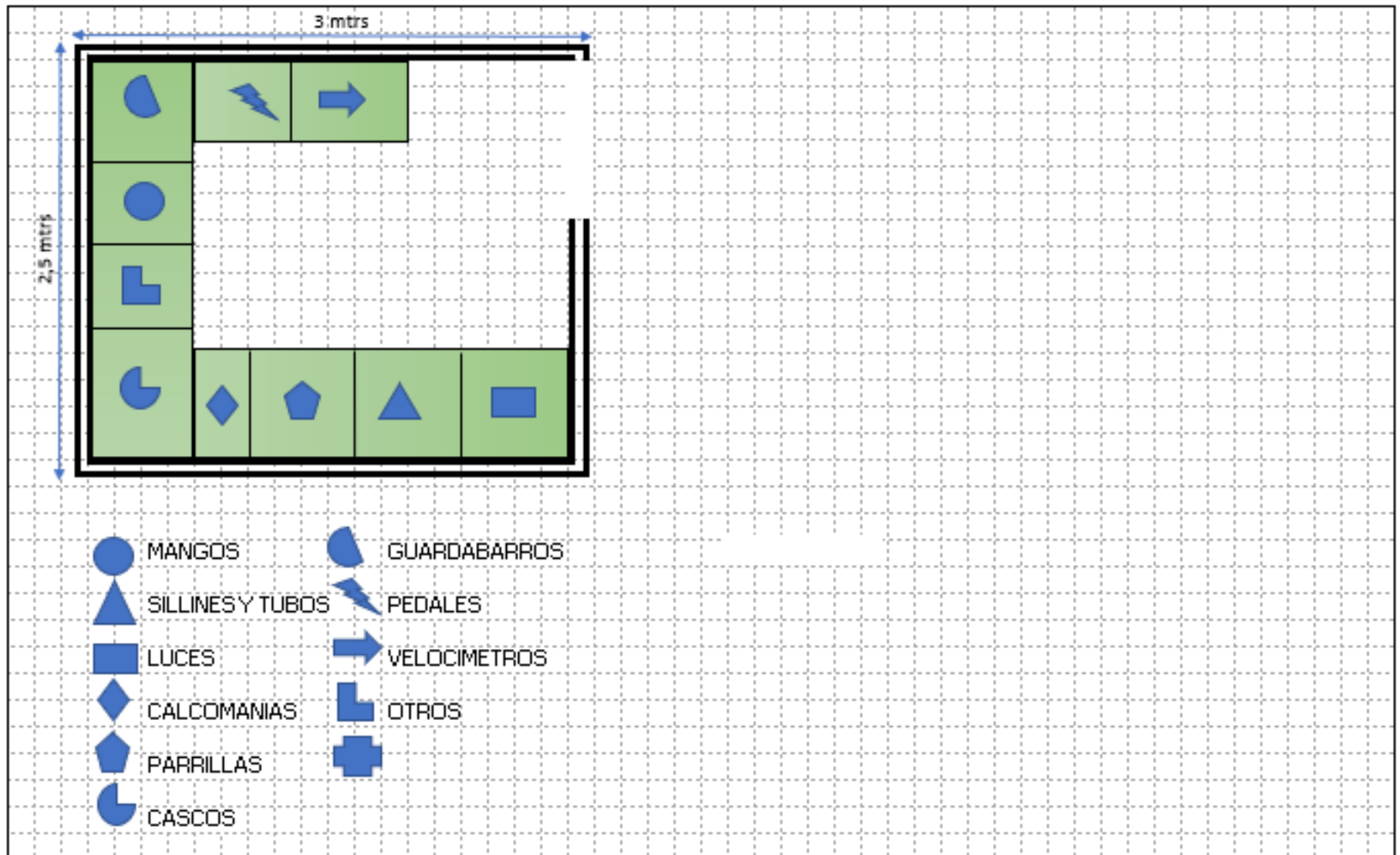




## Plano distribución de planta: Bodega 2

Proceso realizado en la par ENAMBLE DE BICICLETAS  
Elaborado po JEISSON CARÁVALI, SINDY URIBE

Elaborado el 30/08/2020  
Medidas en metros Escala 1:50








## FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES HOJA 2

|  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
|--|--|--|---|--|--|--|--|---|-----------------|--------------------|--------------------|--|------------|--|-----------------------------|-----------------------------|---------------|--|---|--|-----------------------------|-----------------------------|--|-------|-------|
| <p>Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 196 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autoriza el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.</p>   | <p>Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio<br/>Código Cícero y Fecha Radicación</p>  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>INFORMACIÓN FINANCIERA</b>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.</p>   |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>Activo Corriente \$ _____ Pasivo Corriente \$ _____</p> <p>Activo No corriente \$ _____ Pasivo No corriente \$ _____</p> <p>Activo Total \$ _____ Pasivo Total \$ _____</p> <p>Patrimonio Neto \$ _____</p> <p>Pasivo + Patrimonio \$ _____</p> <p>Balance Social (*) \$ _____</p> <p>(*) Solamente si es Entidad sin Ánimo de Lucro</p>  | <p>Ingresos Actividad Ordinaria \$ _____</p> <p>Otros Ingresos \$ _____</p> <p>Costos de Ventas \$ _____</p> <p>Gastos operacionales \$ _____</p> <p>Otros Gastos \$ _____</p> <p>Gastos por Impuestos \$ _____</p> <p>Utilidad / Pérdida Operacional \$ _____</p> <p>Resultado del Periodo \$ _____</p> |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>(Revisar las instrucciones del formulario RUES) <span style="float: right;">GRUPO NIF <input type="checkbox"/></span></p>   |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;">1. NACIONAL</td> <td style="width: 33%;">1.1. PÚBLICO _____ %</td> <td style="width: 33%;">1.2. PRIVADO _____ %</td> </tr> <tr> <td>2. EXTRANJERO</td> <td>2.1. PÚBLICO _____ %</td> <td>2.2. PRIVADO _____ %</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL _____ %</p>   |  | 1. NACIONAL  | 1.1. PÚBLICO _____ %  | 1.2. PRIVADO _____ %   | 2. EXTRANJERO  | 2.1. PÚBLICO _____ %   | 2.2. PRIVADO _____ %   |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 1. NACIONAL  | 1.1. PÚBLICO _____ %   | 1.2. PRIVADO _____ %   |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 2. EXTRANJERO  | 2.1. PÚBLICO _____ %   | 2.2. PRIVADO _____ %   |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO</b>   |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 20%;">APORTES LABORALES</td> <td style="width: 20%;">APORTES ACTIVOS</td> <td style="width: 20%;">APORTES LABORALES ADICIONALES</td> <td style="width: 20%;">APORTES EN DINERO</td> <td style="width: 20%;">TOTAL APORTES</td> </tr> <tr> <td>\$ _____ %</td> <td>\$ _____ %</td> <td>\$ _____ %</td> <td>\$ _____ %</td> <td>\$ _____ %</td> </tr> </table>   |  | APORTES LABORALES  | APORTES ACTIVOS   | APORTES LABORALES ADICIONALES  | APORTES EN DINERO  | TOTAL APORTES  | \$ _____ %   | \$ _____ %  | \$ _____ %      | \$ _____ %         | \$ _____ %         |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| APORTES LABORALES  | APORTES ACTIVOS  | APORTES LABORALES ADICIONALES  | APORTES EN DINERO   | TOTAL APORTES  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| \$ _____ %   | \$ _____ %   | \$ _____ %   | \$ _____ %  | \$ _____ %   |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO</b>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> <td style="width: 50%;">1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> </tr> <tr> <td>2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> <td>2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> </tr> </table>  |  | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____  | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>REFERENCIAS COMERCIALES</b>   |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> <td style="width: 50%;">1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> </tr> <tr> <td>2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> <td>2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____</td> </tr> </table>  |  | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____  | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 1. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   | 2. NOMBRE _____ TELÉFONO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA</b>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">CÓDIGO DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)</td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 20%;">OTRO ¿CUAL? _____</td> <td style="width: 10%;">NÚMERO DE EMPLEADOS (Obligatorio personas naturales y jurídicas)</td> <td style="width: 10%;">_____</td> </tr> <tr> <td>NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS (Obligatorio únicamente para personas jurídicas)</td> <td>_____</td> <td>_____</td> <td>_____</td> <td>NÚMERO DE EMPLEADAS MUJERES (Obligatorio personas naturales y jurídicas)</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES:</td> <td>SI <input type="checkbox"/></td> <td>NO <input type="checkbox"/></td> <td>CUÁNTOS _____</td> <td>TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN</td> <td>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos)</td> <td>SI <input type="checkbox"/></td> <td>NO <input type="checkbox"/></td> <td>PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%)</td> <td>_____</td> <td>_____</td> </tr> </table> |  | CÓDIGO DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)   | <input type="checkbox"/>  | <input type="checkbox"/>   | OTRO ¿CUAL? _____  | NÚMERO DE EMPLEADOS (Obligatorio personas naturales y jurídicas) | _____  | NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS (Obligatorio únicamente para personas jurídicas) | _____           | _____              | _____              | NÚMERO DE EMPLEADAS MUJERES (Obligatorio personas naturales y jurídicas) | _____      | TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES: | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | CUÁNTOS _____ | TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN | SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos) | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%) | _____ | _____ |
| CÓDIGO DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA (Revisar las instrucciones del formulario RUES)   | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>   | OTRO ¿CUAL? _____   | NÚMERO DE EMPLEADOS (Obligatorio personas naturales y jurídicas)         | _____  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS (Obligatorio únicamente para personas jurídicas)  | _____  | _____  | _____   | NÚMERO DE EMPLEADAS MUJERES (Obligatorio personas naturales y jurídicas) | _____  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES:   | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | CUÁNTOS _____   | TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN                   | SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| EMPRESA FAMILIAR (Informar solo para fines estadísticos)   | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>  | PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%)  | _____  | _____  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA</b><br>(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">MATRÍCULA INMOBILIARIA _____</td> <td style="width: 50%;">MATRÍCULA INMOBILIARIA _____</td> </tr> <tr> <td>DIRECCIÓN _____</td> <td>DIRECCIÓN _____</td> </tr> <tr> <td>BARRIO _____</td> <td>BARRIO _____</td> </tr> <tr> <td>MUNICIPIO _____</td> <td>MUNICIPIO _____</td> </tr> <tr> <td>DEPARTAMENTO _____</td> <td>DEPARTAMENTO _____</td> </tr> <tr> <td>PAÍS _____</td> <td>PAÍS _____</td> </tr> </table>  |  | MATRÍCULA INMOBILIARIA _____   | MATRÍCULA INMOBILIARIA _____  | DIRECCIÓN _____  | DIRECCIÓN _____  | BARRIO _____   | BARRIO _____   | MUNICIPIO _____   | MUNICIPIO _____ | DEPARTAMENTO _____ | DEPARTAMENTO _____ | PAÍS _____   | PAÍS _____ |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| MATRÍCULA INMOBILIARIA _____   | MATRÍCULA INMOBILIARIA _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| DIRECCIÓN _____  | DIRECCIÓN _____  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| BARRIO _____   | BARRIO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| MUNICIPIO _____  | MUNICIPIO _____  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| DEPARTAMENTO _____   | DEPARTAMENTO _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| PAÍS _____   | PAÍS _____   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>LEY 1780 DE 2016</b>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 45%;">DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3.</td> <td style="width: 55%;">SOLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.</td> </tr> <tr> <td>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></td> <td>MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 2.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780 DE 2016.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>CUMPLIDO <input type="checkbox"/> NO CUMPLIDO <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>   |  | DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3. | SOLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA. | SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>                  | MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 2.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780 DE 2016. |  | CUMPLIDO <input type="checkbox"/> NO CUMPLIDO <input type="checkbox"/> |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3.   | SOLO EN CASO DE UNA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>  | MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 2.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780 DE 2016.   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
|  | CUMPLIDO <input type="checkbox"/> NO CUMPLIDO <input type="checkbox"/>   |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <b>PROTECCIÓN SOCIAL</b>   |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 20%;">TIPO DE APORTANTE: (Marque con una X la casilla que corresponda)</td> <td style="width: 20%;">APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 20%;">CUENTA CON MENOS 200 DE COTIZANTES <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 20%;">APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 20%;">APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>  |  | TIPO DE APORTANTE: (Marque con una X la casilla que corresponda)   | APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>   | CUENTA CON MENOS 200 DE COTIZANTES <input type="checkbox"/>              | APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>  | APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>                 |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| TIPO DE APORTANTE: (Marque con una X la casilla que corresponda)   | APORTANTE CON 200 O MAS COTIZANTES <input type="checkbox"/>  | CUENTA CON MENOS 200 DE COTIZANTES <input type="checkbox"/>  | APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>                                   | APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>                         |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexo al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.</p> <p>Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica _____ FIRMA _____</p> <p>Documento de Identificación No. _____ CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> PAÍS _____</p> <p>Qualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)</p>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |
| <p>Espacio para uso exclusivo de la<br/>Cámara de Comercio<br/>Firma y Sello de la Cámara de Comercio</p>  |  |  |   |  |  |  |  |   |                 |                    |                    |  |            |  |                             |                             |               |  |   |  |                             |                             |  |       |       |

Anexo 9

|   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
|---|--|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------------|----|----|----|----|----|----|
|  <p><b>DIAN</b><br/>POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA</p>   | <p>Formulario del Registro Único Tributario<br/>Hoja Principal</p> | <p>001</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>2. Concepto <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Espacio reservado para la DIAN</p>  |  | <p>4. Número de formulario</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>5. Número de Identificación Tributaria (NIT)</p>   | <p>6. DV</p>   | <p>12. Dirección seccional</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>14. Buzón electrónico</p>  |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>IDENTIFICACIÓN</b></p>  |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>24. Tipo de contribuyente</p>  | <p>25. Tipo de documento</p>                                       | <p>26. Número de Identificación</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>27. Fecha expedición</p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>Lugar de expedición</p>  | <p>28. País</p>  | <p>29. Departamento</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>30. Ciudad/Municipio</p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>31. Primer apellido</p>  | <p>32. Segundo apellido</p>  | <p>33. Primer nombre</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>34. Otros nombres</p>  |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>35. Razón social</p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>36. Nombre comercial</p>   |  | <p>37. Sigla</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>UBICACIÓN</b></p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>38. País</p>   | <p>39. Departamento</p>  | <p>40. Ciudad/Municipio</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>41. Dirección principal</p>  |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>42. Correo electrónico</p>   | <p>43. Código postal</p>   | <p>44. Teléfono 1</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>45. Teléfono 2</p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>CLASIFICACIÓN</b></p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>Actividad económica</b></p>   |  | <p><b>Ocupación</b></p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>46. Código</p>   | <p>47. Fecha inicio actividad</p>                                  | <p>48. Código</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>49. Fecha inicio actividad</p>   |  | <p>50. Código</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>51. Código</p>   |  | <p>52. Número establecimientos</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b></p>  |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>53. Código</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">1</td><td style="width: 10%;">2</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">4</td><td style="width: 10%;">6</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">7</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">9</td><td style="width: 10%;">10</td><td style="width: 10%;">11</td><td style="width: 10%;">12</td><td style="width: 10%;">13</td><td style="width: 10%;">14</td><td style="width: 10%;">16</td><td style="width: 10%;">18</td><td style="width: 10%;">17</td><td style="width: 10%;">18</td><td style="width: 10%;">19</td><td style="width: 10%;">20</td><td style="width: 10%;">21</td><td style="width: 10%;">22</td><td style="width: 10%;">23</td><td style="width: 10%;">24</td><td style="width: 10%;">26</td><td style="width: 10%;">28</td> </tr> </table> |  |   | 1  | 2  | 3  | 4  | 6  | 8  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 16 | 18 | 17 | 18 | 19 | 20               | 21 | 22 | 23 | 24 | 26 | 28 |
| 1   | 2  | 3   | 4  | 6  | 8  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 16 | 18 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23               | 24 | 26 | 28 |    |    |    |
| <p><b>Obligados aduaneros</b></p>   |  | <p><b>Exportadores</b></p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>54. Código</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">1</td><td style="width: 10%;">2</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">4</td><td style="width: 10%;">6</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">7</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">9</td><td style="width: 10%;">10</td> </tr> <tr> <td style="width: 10%;">11</td><td style="width: 10%;">12</td><td style="width: 10%;">13</td><td style="width: 10%;">14</td><td style="width: 10%;">16</td><td style="width: 10%;">18</td><td style="width: 10%;">17</td><td style="width: 10%;">18</td><td style="width: 10%;">19</td><td style="width: 10%;">20</td> </tr> </table>   |  | 1   | 2  | 3  | 4  | 6  | 8  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 16 | 18 | 17 | 18 | 19 | 20 | <p>55. Forma</p> |    |    |    |    |    |    |
| 1   | 2  | 3   | 4  | 6  | 8  | 7  | 8  | 9  | 10 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| 11  | 12   | 13  | 14 | 16 | 18 | 17 | 18 | 19 | 20 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>56. Tipo</p>   |  | <p>Servicio</p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>57. Modo</p>   |  | <p>1</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>58. CPC</p>  |  | <p>2</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>3</p>  |  | <p>3</p>  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación</b></p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p><b>Para uso exclusivo de la DIAN</b></p>   |  |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>   | <p>60. No. de Folios: <input type="text"/></p>                     | <p>61. Fecha <input type="text"/></p>   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |
| <p>La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.<br/>Parágrafo del artículo 1.6.1.2.2.1 del Decreto 1625 de 2016<br/>Firma del solicitante:</p>  |  | <p>Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.<br/>Firma autorizada:<br/><br/>984. Nombre<br/>985. Cargo</p> |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |                  |    |    |    |    |    |    |